

**PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM UPAYA PENINGKATAN
LABA PADA PRODUK KERIPIK KENTANG DI UD. RIMBAKU
KOTA BATU**

Oleh

IVAN BAYU PRATAMA



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
MALANG
2018**

**PENERAPAN *TARGET COSTING* DALAM UPAYA PENINGKATAN
LABA PADA PRODUK KERIPIK KENTANG DI UD. RIMBAKU
KOTA BATU**

Oleh

IVAN BAYU PRATAMA

145040100111035

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Pertanian Strata Satu (S-1)**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
MALANG
2018**

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa segala pernyataan dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri, dengan bimbingan komisi pembimbing. Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi manapun dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang dengan jelas ditunjukkan rujukannya dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Malang, Juli 2018

Ivan Bayu Pratama



LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Penerapan *Target Costing* Dalam Upaya Peningkatan Laba
Pada Produk Keripik Kentang Di UD. Rimbaku Kota Batu

Nama : Ivan Bayu Pratama

NIM : 145040100111035

Program Studi : Agribisnis

Disetujui

Pembimbing Utama,

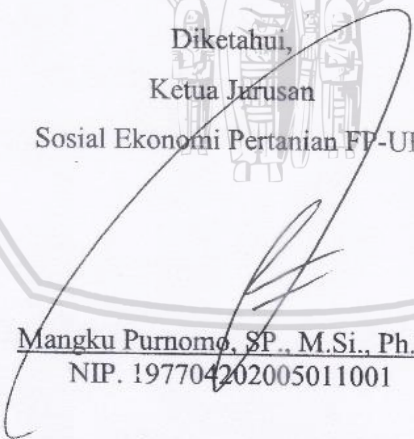


Dina Novia Priminingtyas, SP., M.Si.
NIP. 197811052006042002

Diketahui,

Ketua Jurusan

Sosial Ekonomi Pertanian FT-UB



Mangku Purnomo, SP., M.Si., Ph.D.
NIP. 197704202005011001

Tanggal Persetujuan:

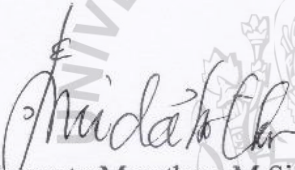
LEMBAR PENGESAHAN

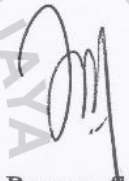
Mengesahkan

MAJELIS PENGUJI

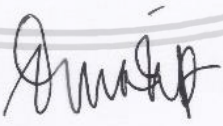
Penguji I,

Penguji II,


Ir. Nidamulyawaty Maarthen, M.Si.
NIP. 19640119 199203 2 002


Neza Fadia Rayesa, S.TP., M.Sc.
NIP. 201609881204 2 001

Penguji III,


Dina Novia Priminingtyas, S.P., M.Si.
NIP. 19781105 200604 2 002

Tanggal Lulus:

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji syukur Alhamdulillah saya panjatkan kepada Allah SWT atas berkat Taufiq dan Hidayah-Nya akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ayahanda, Ibunda dan Keluarga yang senantiasa mendoakan, menyemangati serta memberikan motivasi dalam setiap langkah yang saya tempuh selama menempuh pendidikan perkuliahan di Universitas Brawijaya.
2. Keluarga besar Loso Family yang selalu mendoakan saya sampai dapat seperti ini.
3. Keluarga besar Pak Satar yang selalu memotivasi saya untuk bersungguh-sungguh dalam menempuh pendidikan.
4. Dosen pembimbing skripsi saya ibu Dina Novia Priminingtyas, S.P., M.Si. yang selalu memberikan arahan sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan baik.
5. Dosen penguji saya yaitu Ir. Nidamulyawaty Maarthen, M.Si. dan Neza Fadia Rayesa, S.TP., M.Sc. yang membantu saya dalam menyempurnakan skripsi ini
6. Teman-teman anak bimbingan ibu Dina yang selalu bersama saya di kala susah maupun senang.
7. Teman-teman Family D2FSI, Wahyu, Fanani, Dedy, Syahrul yang memotivasi saya agar cepat menyelesaikan masa-masa perkuliahan
8. Teman-teman Jombs (sebagian) Squad tapi sebagian besar anggotanya sudah taken, Rika, Ragil, Yanis, Isma, Eko, Ricky dan David yang membantu saya dalam banyak hal.
9. Teman-teman Kekuatan Kontrakan, Jakfar, Yuan, Sandi, Ryan, Naufal, Panji dan Rizky yang selalu membuat saya santai dalam mengerjakan skripsi.
10. Dan tidak lupa saya persembahkan skripsi ini kepada Novita Candra Irtingtyas yang senantiasa menemani dalam perjuangan mengerjakan skripsi dari masa sempro sampai terselesaikannya skripsi ini, yang selalu mendengarkan keluh kesah terkait skripsi, yang selalu menyemangati dan selalu mendorong saya agar mau mengerjakan skripsi.

RINGKASAN

Ivan Bayu Pratama. 145040100111035. Analisis *Target Costing* Dalam Upaya Peningkatan Laba Pada Produk Keripik Kentang Di UD. Rimbaku. Dibawah Bimbingan Dina Novia, SP., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi.

Industri pengolahan semakin meningkat pada setiap tahun. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya aktifitas usaha, terutama dalam hal industri pengolahan. Perlu adanya perencanaan biaya agar harga jual dari produk yang dihasilkan perusahaan dapat bersaing di dalam pasar dan target laba yang diinginkan oleh perusahaan juga dapat tercapai. Sebagian besar perusahaan menggunakan biaya standar dalam merencanakan biaya yang digunakan dalam kegiatan produksinya. Penggunaan biaya standar yang biasa digunakan oleh perusahaan belum dapat memenuhi target laba yang diinginkan perusahaan. Salah satu perusahaan yang masih belum mencapai target laba yang diinginkan dan masih menggunakan metode biaya standar adalah UD Rimbaku. Banyaknya perusahaan yang mengolah produk sejenis dengan yang dihasilkan oleh UD Rimbaku yakni keripik kentang menyebabkan perusahaan tidak dapat menentukan harga jual sesuai keinginan dari perusahaan sendiri. Semakin meningkatnya harga bahan baku kentang yang digunakan dalam produksi keripik kentang mengakibatkan laba yang didapatkan oleh perusahaan juga semakin menurun. Perusahaan tidak dapat meningkatkan harga jual keripik kentang meskipun harga bahan baku dalam pembuatan keripik kentang meningkat. Adapun tujuan dari penelitian ini antara lain yaitu (1) menganalisis biaya produksi dan laba yang diperoleh UD Rimbaku dengan menggunakan metode Biaya Standar, (2) menganalisis biaya produksi dan laba yang diperoleh UD Rimbaku dengan menggunakan metode *Target costing*, (3) Menganalisis perbandingan biaya produksi dan laba yang diperoleh UD Rimbaku dari perhitungan dengan metode biaya standar dan metode *target costing*.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan secara kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada UD Rimbaku yang terletak di Jl. Minsuarso No. 47, Sisir, Kecamatan Batu, Kota Batu, Jawa Timur. Adapun waktu penelitian dilakukan pada bulan Februari sampai dengan april 2018. Responden yang dipilih pada penelitian ini ialah pemilik perusahaan sebagai *informant* yang memiliki pengetahuan paling luas terkait kegiatan produksi pemilik perusahaan. Pada penelitian ini terdapat empat metode pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Metode yang digunakan untuk menganalisis data terdiri atas metode biaya standar, metode *target costing* dan analisis komparatif deskriptif.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pada perhitungan biaya menggunakan metode *standard costing*, biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk kemasan 80gr pada tahun 2016 adalah sebesar Rp. 9.977 dan Rp 13.744 untuk kemasan 130gr. Pada tahun 2017 biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk kemasan 80gr adalah sebesar Rp. 10.413,00 dan untuk kemasan 130gr adalah sebesar Rp 14.386,00. Hal tersebut berbeda dengan hasil perhitungan biaya dengan menggunakan *target costing* yang dapat menekan biaya perkemasan untuk kemasan 80gr dan 130gr pada tahun 2016 dan 2017 menjadi sebesar Rp. 9.600 dan Rp. 13.600 Margin laba yang diinginkan perusahaan sebesar 20% dapat tercapai dengan penerapan metode *target costing* karena adanya tahap rekayasa nilai yang membantu perusahaan untuk menekan komponen biaya yang dirasa masih belum

efisien. Tahap rekayasa nilai pada penelitian ini dapat dilakukan pada beberapa komponen biaya seperti biaya tenaga kerja langsung, biaya kemasan, biaya tenaga kerja bagian toko, penghapusan biaya pameran, penghapusan biaya kerjasama dengan jasa travel, dan mulai mengembangkan pemasaran berbasis *online* untuk lebih memperkenalkan produk keripik kentang kepada masyarakat luas.



SUMMARY

Ivan Bayu Pratama. 145040100111035. Target Costing Analysis in an Attempt to Increase Profit on Potato Chips in UD. Rimbaku Batu City. Supervised by Dina Novia, SP., M.Si. As Supervisors Thesis.

Manufacture industry is growing year by year. It can be seen by a lot of business activity, especially food and beverage industry. Because of that, it's important to maintain the cost so that selling price of product could be compete and profit target could be achieved. A lot of firms still use standard cost method to maintain production cost. Standard cost method can't fulfill profit target. One of firms which can't achieve target profit and using standard cost method is Rimbaku Village Cooperatives (UD. Rimbaku). Another firms produce the same product like what Rimbaku Village Cooperatives produce. Because of that, it's difficult to decide selling price. Rimbaku just can be a price taker. The increasing of material cost can cause decreasing profit and that firm can't increase selling price while material cost is high. The purposes of this research are (1) analyse production cost and profits by standard cost method, (2) analyse production cost and profits by target costing method, and (3) compare both of those method.

The research approach were use quantitative approach. This research was done in UD Rimbaku located on Jl. Minsuarso No. 47, Sisir, Batu Sub-district, Batu City, East Java, in February to April 2018. Informan of this study is the owner of Rimbaku Village Cooperatives who has a lot of information about production until financial.. There are four method to collect data. There are interview, observation and documentation. Analysis method are standard cost, target costing, and descriptive-comparative.

Results of research indicated that calculation of cost using standard costing method, the cost incurred for packaging about 80 grams in 2016 is Rp 9.977,- and 130 grams about Rp 13.744,-. In 2017, the cost incurred by the firm for 80 grams packaging is Rp 10.413,- and for 130 grams pack is Rp 14.386,-. This is different from cost calculation using target costing which can depress packaging cost for 80 grams and 130 grams in 2016 and 2017 to be Rp 9.600,- and Rp 13.600,-. The profit margin of 20 percents can be achieved by implementation of target costing method because the existence of value engineering which help firm to suppress the cost components that are considered inefficient. The value engineering in this research can be done on some cost components such as direct labor cost, packaging cost, shop part labor cost, elimination of exhibition cost and travel services, and start to develop online base marketing to introduce potato chips product to wide community.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas berkat, rahmat, dan karunianya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis *Target Costing* dalam Upaya Peningkatan Laba pada Produk Keripik Kentang di UD Rimbaku Kota Batu” dengan baik. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Pertanian di Universitas Brawijaya Malang.

UD Rimbaku merupakan salah satu perusahaan pengolahan makanan ringan yang ada di kota wisata Batu. Produk yang dihasilkan oleh UD. Rimbaku adalah produk keripik yang berbahan dasar dari sayuran dan buah. Selama ini perusahaan UD Rimbaku masih menggunakan metode biaya standar dalam perhitungan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi produknya. Penggunaan metode biaya standar ini masih belum mampu memenuhi target laba yang diinginkan, terlebih lagi apabila terjadi kenaikan harga bahan baku dalam kegiatan produksinya.

Pada kondisi persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan harus memikirkan secara cermat terkait penentuan harga jual produk, karena berpengaruh langsung terhadap minat beli konsumen. Hal tersebut mengakibatkan perusahaan tidak dapat dengan mudahnya menaikkan harga jual untuk mencapai laba yang diharapkan. Berdasarkan pada kondisi tersebut, perusahaan dapat menerapkan metode *target costing* sebagai salah satu upaya untuk mengefisiensikan biaya sehingga target laba yang diinginkan dapat tercapai. Penulis berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan sehingga mampu mengembangkan usaha yang dimiliki, dan bermanfaat bagi civitas akademika Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya, serta peneliti lain yang membutuhkan informasi terkait topik bahasan ini.

Malang, Juli 2018

Penulis

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Malang pada tanggal 01 April 1996. Penulis merupakan anak pertama dari Bapak Eko Kuswarianto dan Ima Restiani yang dikarunia tiga orang anak. Penulis menempuh pendidikan di SDN Mangunrejo 1 Kepanjen pada tahun 2002 sampai 2005 dan di SDN Jatiguwi 2 pada tahun 2005 sampai 2008. Kemudian penulis melanjutkan ke Mts MA'ARIF NU Kota Blitar pada tahun 2008 dan selesai pada tahun 2011. Pada tahun 2011 sampai tahun 2014 penulis menempuh pendidikan di SMAN 1 Sumberpucung. Pada tahun 2014 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Strata-1 Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang, Jawa Timur, melalui jalur SBMPTN.



DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	iii
KATA PENGANTAR	iv
RIWAYAT HIDUP	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR SKEMA	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Kegunaan Penelitian	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	8
2.2 Konsep Biaya	12
2.2.1 Definisi Biaya	12
2.2.2 Klasifikasi Biaya	13
2.3 Konsep Biaya Standar	16
2.4 Tinjauan tentang Laba	20
2.4.1 Pengertian dan Elemen Laba	20
2.4.2 Jenis-Jenis Laba	21
2.5 Metode <i>Target Costing</i>	22
2.5.1 Pengertian <i>Target Costing</i>	22
2.5.2 Konsep <i>Target Costing</i>	23
2.5.3 Karakteristik <i>Target Costing</i>	25
2.5.4 Prinsip <i>Target Costing</i>	25
2.5.5 Perbedaan <i>Standard Costing</i> dan <i>Target Costing</i>	26
2.5.6 Penentuan Biaya Produksi dengan Metode <i>Target Costing</i>	27
2.6 Konsep <i>Value Engineering</i> atau Rekayasa Nilai	28
III. KERANGKA KONSEP PENELITIAN	30
3.1 Kerangka Pemikiran	30
3.2 Hipotesis Penelitian	33
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	33
IV. METODE PENELITIAN	36
4.1 Pendekatan Penelitian	36
4.2 Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian	36
4.3 Teknik Penentuan Responden	36
4.4 Metode Pengumpulan Data	37

4.5 Metode Analisis Data	38
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	42
5.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	42
5.1.1 Sejarah Umum Perusahaan	42
5.1.2 Tata Letak dan Lokasi Penelitian	43
5.1.3 Visi Misi dan Tujuan Perusahaan	43
5.1.4 Struktur Organisasi	44
5.1.5 Tenaga Kerja	46
5.1.6 Produk UD Rimbaku	46
5.1.7 Tahapan Proses Produksi Keripik Kentang	47
5.2 Analisis Penentuan Biaya Standar	49
5.2.1 Total Produksi, Volume Penjualan, dan Harga Jual	49
5.2.2 Biaya Bahan Baku Langsung	53
5.2.3 Biaya Tenaga kerja Langsung	57
5.2.4 Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	59
5.2.5 Biaya Non-Produksi	66
5.2.6 Perhitungan Total Biaya per Kemasan	68
5.2.7 Perhitungan Laba-Rugi	70
5.3 Analisis Penerapan <i>Target Costing</i>	73
5.4 Analisis Rekayasa Nilai	78
5.5 Perbandingan Analisis <i>Standard Costing</i> dan <i>Target Costing</i>	88
5.6 Analisis Peningkatan Laba Dengan Peningkatan Penjualan	89
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	92
6.1 Kesimpulan	92
6.2 Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	94

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Perbedaan Pendekatan <i>Traditional Costing</i> dan <i>Target Costing</i>	24
2.	Perbedaan antara <i>standard costing</i> dan <i>target costing</i>	27
3.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	33
4.	Jenis-Jenis Produk Yang Diproduksi UD Rimbaku.....	47
5.	Volume Produksi Keripik Kentang Tahun 2016.....	50
6.	Volume Produksi Keripik Kentang Tahun 2017.....	50
7.	Volume Penjualan Keripik Kentang 2016	52
8.	Volume Penjualan Keripik Kentang 2017	52
9.	Total Biaya Bahan Baku 2016	54
10.	Total Biaya Bahan Baku 2017	55
11.	Total Biaya Tenaga Kerja Langsung 2016-2017	58
12.	Bahan Penolong kemasan 80gr dan 130gr Th. 2016.....	59
13.	Bahan Penolong kemasan 80gr dan 130gr Th. 2017.....	60
14.	Biaya Tidak Langsung Lainnya	62
15.	Biaya Tidak langsung (Kemasan) Tahun 2016.....	63
16.	Biaya Tidak langsung (Kemasan) Tahun 2017	63
17.	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Tahun 2016-2017.....	65
18.	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Perkemasan Tahun 2016.....	65
19.	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Perkemasan Tahun 2017.....	66
20.	Biaya Non-Produksi Tahun 2016.....	67
21.	Biaya Non-Produksi Tahun 2017.....	67
22.	Total Biaya Tahun 2016-2017	68
23.	Total Biaya Perkemasan Tahun 2016	69
24.	Total Biaya Perkemasan Tahun 2017	69
25.	Laba-Rugi Tahun 2016-2017	70
26.	Margin Laba Setiap Kemasan Tahun 2016-2017	72
27.	Total Biaya Efisien Tahun 2016-2017	76
28.	Total Biaya Efisien Perkemasan Tahun 2016	77
29.	Total Biaya Efisien Perkemasan Tahun 2017	77
30.	Efisiensi Biaya Setelah Rekayasa Nilai Tahun 2016	81
31.	Efisiensi Biaya Setelah Rekayasa Nilai Tahun 2017	84
32.	Total Biaya Setelah Rekayasa Nilai	86
33.	Total Biaya Perkemasan Setelah Rekayasa Nilai 2016	87
34.	Total Biaya Perkemasan Setelah Rekayasa Nilai 2017	87
35.	Margin Laba Setelah Rekayasa Nilai	87
36.	Perbandingan Biaya antara <i>Standard Costing</i> dan <i>Target Costing</i> ..	88
37.	Target Penjualan Tahun 2016 dan 2017 Dengan <i>Average Approach</i>	90

DAFTAR SKEMA

Nomor	Teks	Halaman
1.	Proses <i>Target Costing</i>	24
2.	Kerangka Konsep Penelitian	32
3.	Struktur Organisasi	44
4.	Alur Pembuatan Keripik Kentang	48



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Dokumentasi Penelitian	96
2.	Biaya Bahan Baku Langsung Perbulan keasan 80gr Tahun 2016 ...	97
3.	Biaya Bahan Baku Langsung Perbulan keasan 130gr Tahun 2016 .	97
4.	Biaya Bahan Baku Langsung Perbulan keasan 80gr Tahun 2017 ...	97
5.	Biaya Bahan Baku Langsung Perbulan keasan 130gr Tahun 2017 .	98
6.	Biaya Tenaga Kerja Langsung Tahun 2016.....	98
7.	Biaya Tenaga Kerja Langsung Tahun 2017.....	98
8.	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Bahan Penolong Kemasan 80gr Tahun 2016	99
9.	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Bahan Penolong Kemasan 130gr Tahun 2016	99
10.	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Bahan Penolong Kemasan 80gr Tahun 2017	99
11.	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Bahan Penolong Kemasan 130gr Tahun 2017	99
12.	Biaya Non-Produksi Tenaga Kerja Pemasaran 2016-2017.....	99
13.	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Penyusutan Alat 2016-2017.....	100
14.	Biaya Non-Produksi 2016.....	100
15.	Biaya Non-Produksi 2017.....	100
16.	Total Biaya Produksi dan Non-Produksi 2016.....	100
17.	Total Biaya Produksi dan Non-Produksi 2017.....	101
18.	Biaya Keseluruhan Sebelum dan Setelah Rekayasa Nilai 2016	101
19.	Biaya Keseluruhan Sebelum dan Setelah Rekayasa Nilai 2017	102

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan di bidang usaha atau industri pengolahan semakin meningkat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya aktifitas usaha, terutama dalam hal industri pengolahan. Perkembangan industri di Indonesia tidak hanya pada usaha besar saja, melainkan pada usaha kecil dan menengah atau UMKM. UMKM di Indonesia bahkan mengalami pertumbuhan yang pesat pada setiap tahunnya. Data dari kementerian kewirausahaan dan ukm menyebutkan bahwa pada tahun 2012-2013 usaha mikro mengalami peningkatan jumlah sebesar 1.333.217 unit usaha, usaha kecil sebesar 24.803 unit usaha, usaha menengah sebesar 3.110 dan usaha besar hanya mengalami peningkatan jumlah sebesar 98 unit usaha se Indonesia. UMKM di Indonesia bahkan memiliki pangsa yang sangat besar dan mendominasi, khususnya pada usaha mikro yaitu sebesar 98,79% dengan jumlah unit usaha sebesar 55.856.176 unit usaha se-Indonesia. Perkembangan di bidang UMKM ini tidak hanya dapat dilihat secara luas di Indonesia, tetapi juga dapat dilihat pada kota-kota yang ada di Indonesia contohnya di kota Batu.

Sektor pariwisata di kota Batu semakin berkembang setiap tahunnya. Hal inilah yang mengakibatkan jumlah UMKM yang ada di kota Batu semakin meningkat, terlebih pada UMKM pengolahan makanan ringan khas kota Batu. Menurut Sukmaratri (2016), berkembangnya sektor pariwisata di kota Batu dibuktikan pada nilai PDRB, dimana sektor yang memiliki nilai kontribusi paling tinggi adalah sektor perdagangan, hotel dan rumah makan dimana sektor tersebut berkaitan erat dengan industri pariwisata. Sektor pariwisata yang ada di kota Batu mengakibatkan banyaknya wisatawan yang berkunjung ke kota Batu. Banyaknya wisatawan yang berkunjung ke kota Batu mengakibatkan semakin banyaknya industri pengolahan makanan ringan di kota Batu, baik UMKM maupun usaha besar untuk memenuhi kebutuhan oleh-oleh dari kota Batu.

Peningkatan jumlah industri pengolahan makanan ringan di kota Batu mengakibatkan terjadinya persaingan dalam menciptakan dan memperkenalkan produk-produk unggulan dari masing-masing perusahaan. Keunggulan yang dimiliki perusahaan untuk memenangkan suatu persaingan dapat memudahkan perusahaan dalam mencapai tujuan utama dari perusahaan itu sendiri, yaitu

memperoleh laba. Persaingan dengan kompetitor dapat mempengaruhi kelangsungan hidup dari suatu perusahaan apabila perusahaan tidak dapat mengantisipasi pasar yang kompetitif. Agar perusahaan dapat berkompetisi dengan baik di dalam pasar, perusahaan harus menentukan harga jual yang kompetitif dengan para kompetitor.

Harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan bergantung dari biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang tersebut. Semakin tinggi biaya yang digunakan mengakibatkan semakin tingginya harga jual. Perusahaan dituntut untuk memproduksi barang yang berkualitas dengan harga yang terjangkau dipasaran. Menurut Arly & Sondakh (2014), perusahaan yang bergerak di bidang industri pengolahan memerlukan perhatian yang khusus terhadap biaya produksi, karena biaya produksi merupakan biaya utama dari seluruh biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan, sehingga perlu adanya perencanaan dan pengendalian yang lebih baik agar perusahaan dapat berjalan dengan efektif dan efisien.

Harga jual produk sangat berpengaruh terhadap persaingan pada produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan menentukan produk yang dipasarkan oleh perusahaan dapat bertahan di dalam pasar atau produk tersebut kalah bersaing dengan produk kompetitor. Harga jual yang terlalu tinggi mengakibatkan produk yang dihasilkan perusahaan tidak dapat bersaing dengan produk sejenis yang ada di dalam pasar, sedangkan harga jual yang terlalu rendah mengakibatkan keuntungan atau laba yang diterima perusahaan menjadi berkurang, sehingga tidak tercapainya tujuan laba yang diinginkan oleh perusahaan. Laba yang diperoleh perusahaan digunakan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan memenuhi kesejahteraan para karyawannya. Perlu adanya perencanaan biaya agar harga jual dari produk yang dihasilkan perusahaan dapat bersaing di dalam pasar dan target laba yang diinginkan oleh perusahaan juga dapat tercapai.

Terdapat beberapa macam metode yang dapat digunakan perusahaan dalam merencanakan biaya untuk kegiatan produksinya. Sebagian besar perusahaan menggunakan biaya standar dalam merencanakan biaya yang digunakan dalam kegiatan produksinya. Biaya standar merupakan biaya yang ditentukan dimuka, yang merupakan jumlah biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk membuat salah

satu satuan produk atau untuk membiayai suatu kegiatan tertentu, dibawah asumsi kondisi ekonomi, efisiensi, dan faktor lain tertentu (Mulyadi, 2012). Penggunaan biaya standar yang biasa digunakan oleh perusahaan belum dapat memenuhi target laba yang diinginkan perusahaan. Menurut Mulyadi (2012), kelemahan penggunaan metode biaya standar ini adalah seringkali biaya standar cenderung menjadi kaku atau fleksibel, meskipun dalam jangka pendek, keadaan produksi selalu mengalami perubahan, sedangkan standar jarang sekali dilakukan oleh perusahaan. Kelemahan lain dari metode ini adalah apabila harga jual produk yang telah ditentukan dengan metode ini lebih tinggi daripada pesaing, maka konsumen akan cenderung membeli produk dari pesaing.

Salah satu cara untuk mengatasi kelemahan dari penggunaan metode biaya standar yang digunakan oleh perusahaan, terdapat metode lain yang dapat digunakan, yaitu dengan menggunakan metode *target costing*. Menurut Blocher & Stout. (2012), *target costing* merupakan suatu metode yang digunakan oleh perusahaan untuk menentukan biaya yang diperbolehkan bagi produk atau jasa, berdasarkan harga yang kompetitif sehingga perusahaan memperoleh laba yang diinginkan. Metode *target costing* ini menentukan harga jual dan target laba terlebih dahulu sebelum menentukan biaya produksinya. Sehingga harga jual dari perusahaan dapat bersaing di dalam pasar, karena dapat menentukan harga jual dari produk dengan melihat harga dari pesaing. Penggunaan metode *target costing* ini cocok digunakan untuk perusahaan yang memiliki tipe price taker, sehingga harga jual dari suatu produk sudah ditetapkan oleh pasar, tetapi target laba yg diinginkan oleh perusahaan masih belum tercapai.

Salah satu perusahaan yang masih belum mencapai target laba yang diinginkan dan masih menggunakan metode biaya standar adalah UD Rimbaku. UD Rimbaku merupakan perusahaan pengolahan makanan ringan yang memproduksi keripik buah dan keripik kentang. Target laba yang diinginkan oleh UD Rimbaku masih belum dapat tercapai karena harga kentang hampir setiap tahunnya mengalami peningkatan.

Peningkatan harga kentang sebagai bahan baku yang digunakan oleh UD Rimbaku tidak diimbangi dengan peningkatan harga jual produk kripik kentang, yaitu untuk kemasan 130 gr dijual dengan harga Rp. 17.000,- dan untuk kemasan

80 gr dijual dengan harga Rp. 12.000,-. UD Rimbaku tidak meningkatkan harga jual dari produknya dikarenakan adanya persaingan harga dengan pesaing. Langkah yang diambil oleh UD Rimbaku adalah dengan cara mengurangi laba yang diterima oleh perusahaan. Permasalahan-permasalahan ini yang mengakibatkan laba yg diterima oleh perusahaan semakin menurun. Hal ini membutuhkan perencanaan biaya dengan metode *target costing* agar perusahaan dapat mencapai target laba yang diinginkan.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian terkait *target costing* sangat penting dilakukan pada perusahaan UD Rimbaku khususnya produk keripik kentang. Hal ini dikarenakan dengan menggunakan metode *target costing* perusahaan dapat mencapai target laba yang diinginkan, dan perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan dapat memenuhi kesejahteraan karyawannya.

1.2 Rumusan Masalah

Peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke kota Batu setiap tahunnya membuat peluang usaha dibidang olahan makanan ringan sebagai oleh-oleh wisatawan menjadi meningkat. Peningkatan peluang usaha dibidang pengolahan makanan ringan sebagai oleh-oleh khas kota Batu membuat semakin banyak bermunculan perusahaan pengolahan makanan ringan yang memiliki produk sejenis dengan produk yang dihasilkan oleh UD Rimbaku, salah satunya adalah produk keripik kentang. Banyaknya perusahaan pengolahan keripik kentang ini membuat UD Rimbaku tidak dapat menentukan harga jual sesuai keinginan dari perusahaan sendiri. UD Rimbaku yang tidak dapat menentukan harga jualnya sesuai dengan keinginan dari perusahaan mengakibatkan perusahaan tidak dapat mencapai target laba sesuai dengan keinginan perusahaan. Hal ini dikarenakan apabila harga jual produk UD Rimbaku lebih tinggi dari para pesaing maka produk tersebut akan kalah bersaing dengan produk dari pesaing yang memiliki harga jual lebih rendah dari produk yang dihasilkan oleh UD Rimbaku.

Semakin meningkatnya harga bahan baku kentang yang digunakan dalam produksi keripik kentang mengakibatkan laba yang didapatkan oleh perusahaan juga semakin menurun. Melihat data dari pusat data dan system informasi pertanian yang dikeluarkan oleh kementrian pertanian pada tahun 2010 sampai dengan 2014, harga dari komoditas kentang di Jawa Timur tidak stabil, tetapi cenderung

meningkat di setiap tahunnya. Pada tahun 2010 harga kentang sebesar Rp. 6.193,- /kg, pada tahun selanjutnya yaitu tahun 2011 komoditas kentang mengalami peningkatan harga mencapai Rp. 8.241,- /kg, akan tetapi pada tahun 2012 harga kentang menurun menjadi Rp. 7.227,- /kg, dan mengalami peningkatan sampai pada tahun 2014 dengan harga perKg kentang sebesar Rp. 8.423,-. Peningkatan harga kentang tidak berhenti sampai pada tahun 2014 saja. Menurut pemilik dari UD Rimbaku harga kentang pada tahun 2017 berkisar antara Rp. 8.500,- /kg. Hal ini memperlihatkan bahwa harga komoditas kentang cenderung meningkat.

Perusahaan tidak dapat meningkatkan harga jual keripik kentang meskipun harga bahan baku dalam pembuatan keripik kentang meningkat. Hal ini juga dikarenakan adanya pesaing yang memiliki harga jual produk yang stabil. Ketidakmampuan perusahaan dalam peningkatan harga jual untuk mengatasi peningkatan harga bahan baku, membuat perusahaan mau tidak mau harus memangkas laba yang diterima oleh perusahaan. Hal ini mengakibatkan semakin menjauhnya target laba yang diinginkan perusahaan dengan laba yang diterima oleh perusahaan.

Selain permasalahan dalam peningkatan harga bahan baku, permasalahan lain yang mengakibatkan target laba yang diinginkan oleh perusahaan tidak tercapai dikarenakan permintaan terhadap keripik kentang berfluktuatif. Permintaan yang fluktuatif inilah yang mengakibatkan penerimaan yang diterima oleh perusahaan tidak menentu di setiap bulannya. Hal inilah yang mengakibatkan target laba yang diharapkan oleh perusahaan belum dapat tercapai. Perlu adanya perencanaan biaya yang tepat agar UD Rimbaku dapat memenuhi target laba yang diinginkan, meskipun harga jual dan permintaan dari produk kripik kentang tetap sama.

Salah satu metode yang dapat digunakan oleh UD Rimbaku dalam perencanaan biaya produksi untuk memproduksi kripik kentang adalah dengan menggunakan metode *target costing*. Metode *target costing* ini dapat digunakan oleh perusahaan untuk menekan biaya produksi agar target laba yang diinginkan oleh perusahaan tercapai. Berdasarkan pada uraian tersebut, maka dapat dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana biaya produksi dan laba yang diperoleh UD Rimbaku dengan menggunakan metode biaya standar?

2. Bagaimana biaya produksi dan laba yang diperoleh UD Rimbaku dengan menggunakan metode *target costing*?
3. Bagaimana perbandingan biaya produksi dan laba yang diperoleh UD Rimbaku dari perhitungan dengan menggunakan metode biaya standar dan menggunakan metode *target costing*?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dilakukan dengan tujuan agar penelitian yang dilakukan tidak melebar dan menyimpang dari topik yang telah ditentukan. Oleh karena itu dalam penyusunan skripsi ini permasalahan dibatasi pada:

1. Analisis *target costing* yang dilakukan di UD Rimbaku hanya pada produk keripik kentang dengan rasa bawang, dan tidak melakukan analisis pada produk keripik kentang dengan rasa lain yang dihasilkan oleh UD Rimbaku.
2. Analisis yang dilakukan hanya menggunakan pertimbangan internal (biaya produksi dan non produksi, harga jual, total produksi, dan volume produksi) tanpa pertimbangan pengaruh eksternal (fluktuasi nilai dolar terhadap rupiah, dan sebagainya)
3. Data biaya produksi dan volume penjualan yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan data tahun 2016 dan 2017.

1.4 Tujuan Penelitian

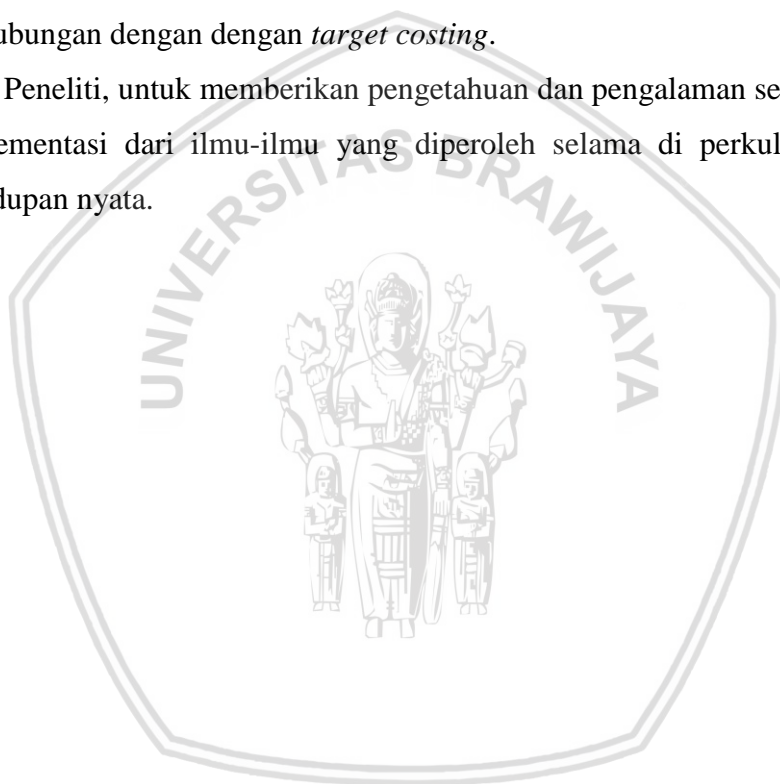
Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian yang dilakukan ini adalah:

1. Menganalisis biaya produksi dan laba yang diperoleh UD Rimbaku dengan menggunakan metode biaya standar
2. Menganalisis biaya produksi dan laba yang diperoleh UD Rimbaku dengan menggunakan metode *target costing*
3. Menganalisis perbandingan biaya produksi dan laba yang diperoleh UD Rimbaku dari perhitungan dengan metode biaya standar dan metode *target costing*.

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi UD Rimbaku, sebagai salah satu bahan pertimbangan informasi dalam membuat strategi dan memutuskan strategi biaya produksi yang akan digunakan dalam produksinya, agar perusahaan dapat mencapai target yang diinginkan dan dapat bersaing dengan pesaing yang ada, sehingga perusahaan dapat mengembangkan usahanya.
2. Bagi institusi pendidikan, dapat dijadikan bahan referensi bagi peneliti lain dan sebagai bahan perbandingan dalam mengadakan penelitian sejenis atau yang berhubungan dengan dengan *target costing*.
3. Bagi Peneliti, untuk memberikan pengetahuan dan pengalaman sebagai bentuk implementasi dari ilmu-ilmu yang diperoleh selama di perkuliahan dalam kehidupan nyata.



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tinjauan penelitian terdahulu yang terdapat pada penelitian ini berfungsi sebagai pedoman atau referensi bagi peneliti dalam melakukan penelitian terkait *target costing* ini. Tinjauan penelitian terdahulu juga berfungsi sebagai bahan pembandingan antara penelitian yang dilakukan ini dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Penggunaan penelitian terdahulu ini akan memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian karena dapat mengetahui alur yang digunakan oleh peneliti yang lain dalam penelitiannya.

Penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti yang pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Sagita (2016). Penelitian yang dilakukan oleh Sagita ini memiliki judul "Analisis Efisiensi Biaya Dengan Pendekatan *Target costing* (Studi Kasus di UMKM Gudange Tahu Takwa, Jalan Pamenang Dusun Besuk Desa Toyoresmi Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri)". Penelitian ini memiliki beberapa tujuan diantaranya adalah untuk menganalisis komponen-komponen biaya apa saja yang digunakan dalam produksi tahu kuning di UMKM GTT. Tujuan kedua adalah menganalisis efisiensi biaya produksi untuk produk tahu kuning di UMKM GTT dengan menggunakan metode *target costing*. Tujuan ketiga adalah menganalisis cara yang dapat dilakukan untuk menekan biaya produksi tahu kuning di UMKM GTT. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode *target costing* dalam menentukan besaran biaya yang efisien untuk produk tahu kuning berdasarkan harga yang kompetitif dan target laba yang diinginkan oleh produsen dapat tercapai. Penelitian ini dilakukan dikarenakan UMKM GTT masih menggunakan metode biaya standar yang dirasa belum efisien dan belum dapat memenuhi target laba yang diinginkan oleh produsen. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa biaya produksi yang digunakan dalam pembuatan tahu kuning perkemasan adalah sebesar Rp. 12.857,-. Biaya non produksi dalam pembuatan tahu kuning adalah sebesar Rp. 2.506,-. Sehingga total biaya perkemasan yang digunakan dalam memproduksi tahu kuning adalah sebesar Rp. 15.363,- perkemasan. Untuk harga jual dari tahu kuning tersebut adalah sebesar Rp. 20.000,-. Keuntungan yang didapat oleh UMKM GTT hanya mencapai 23%. Margin laba yang diterima UMKM GTT masih belum mencapai target laba yang

diinginkan yaitu sebesar 25%. Hasil perhitungan setelah menggunakan metode *target costing* didapatkan laba yang diterima oleh perusahaan mencapai 27%, sehingga menunjukkan bahwa dengan menggunakan metode *target costing* dapat mengefisienkan biaya dan memenuhi target laba yang diinginkan oleh perusahaan. Rekayasa nilai yang dilakukan oleh peneliti untuk memenuhi target laba yang diinginkan oleh perusahaan adalah dengan cara memindahkan tenaga kerja toko ke bagian produksi dan menghilangkan biaya promosi dan event perusahaan.

Penelitian kedua yang digunakan oleh peneliti untuk tinjauan terdahulu adalah penelitian yang dilakukan oleh Clara (2016). Penelitian yang dilakukan oleh Clara ini memiliki judul “Pengendalian Biaya Produksi Kripik Kentang Dengan Penerapan *Target Costing* untuk Mengoptimalkan Laba (Studi Kasus Pada CV Cita Mandiri Kota Batu, Jawa Timur)”. Penelitian ini memiliki beberapa tujuan diantaranya adalah untuk mengetahui penerapan *target costing* pada agroindustri keripik kentang CV Cita Mandiri dapat mengoptimalkan laba perusahaan atau tidak; mengetahui biaya standar perusahaan; dan melakukan rekayasa nilai untuk mengoptimalkan laba perusahaan. Hasil dari penelitian ini membandingkan antara metode standar costing dengan metode *target costing*. Perbandingan yang dilakukan dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa *target costing* dapat mengoptimalkan laba perusahaan. Terdapat selisih biaya antara metode *target costing* dan metode biaya standar yaitu sebesar Rp3.917.000,00. Selanjutnya dengan menggunakan rekayasa nilai maka diperoleh hasil peningkatan laba sebesar Rp9.060.000,00. Peningkatan laba pada perusahaan, mengakibatkan perusahaan dapat mencapai target laba yang diinginkan yaitu sebesar 30%.

Penelitian ketiga yang digunakan sebagai tinjauan terdahulu adalah penelitian yang dilakukan oleh Nurjannah (2016). Penelitian yang dilakukan oleh nurjannah ini memiliki judul “Penerapan Analisis *Target Costing* dalam Upaya Pengendalian Biaya Produksi (Studi Kasus Pada Agroindustri Brem “Taman Sari” Madiun)”. Tujuan dari penelitian yg dilakukan ini diantaranya adalah menganalisis komponen biaya produksi dalam proses produksi Brem Taman Sari; menganalisis perbandingan biaya produksi Brem Taman Sari dengan menggunakan metode Standard costing dan metode *target costing*; dan menganalisis cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk mencapai target profit yang diharapkan. Responden

yang digunakan dalam penelitian ini adalah karyawan bagian produksi, produsen mitra dan pimpinan perusahaan Taman Sari. Peneliti ingin melakukan penelitian terkait *target costing* dikarenakan pada perusahaan ini masih belum dapat mencapai target laba yang diinginkan, yaitu sebesar 20%. Hasil dari penelitian yang dilakukan ini memperlihatkan total biaya produksi yang digunakan untuk memproduksi brem taman sari pada tahun 2015 adalah sebesar Rp. 291.448.304,- dengan biaya produksi perkemasan sebesar Rp. 5.025,-. Laba yang diterima oleh perusahaan dalam penjualannya hanya sebesar Rp. 56.173.696,- atau setara dengan 16,2%. Perhitungan biaya yang dilakukan dengan menggunakan metode *target costing* dapat mencapai target laba yang diinginkan oleh perusahaan, yaitu sebesar 20%. Penggunaan metode *target costing* ini juga memperlihatkan biaya produksi yang efisien untuk digunakan dalam kegiatan produksinya adalah sebesar Rp.4.800,- perkemasan dengan laba yang didapat sebesar Rp. 1.200,- perkemasan. Komponen yang dilakukan rekayasa nilai pada penelitian ini adalah biaya pemakaian bahan bakar, biaya tenaga kerja langsung dan biaya kemasan.

Penelitian keempat yang digunakan dalam tinjauan terdahulu adalah penelitian yang dilakukan oleh Khoiri (2016). Penelitian yang dilakukan oleh Khoiri ini memiliki judul “Pendekatan *Target Costing* dalam Rangka Meningkatkan Efisiensi Produksi Kopi Bubuk Surya (Studi Kasus Pada UD Surya Mandiri, Desa Ngaesem, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri, Jawa Timur)”. Tujuan dari penelitian yang dilakukan ini diantaranya adalah menganalisis biaya standar yang telah digunakan perusahaan; menganalisis *target costing* untuk mengetahui biaya yang efisien digunakan; dan mendeskripsikan perbandingan biaya dan keuntungan dari hasil metode perusahaan (*traditional costing*) dengan metode *target costing*. Metode analisis data yang digunakan menggunakan perhitungan biaya standar dengan menggunakan metode *full costing* untuk mengetahui biaya dan keuntungan perusahaan yang selama ini sudah diterima, dan metode *target costing* untuk mengefisienkan biaya produksi. Hasil dari penelitian yang dilakukan ini adalah biaya produksi yang digunakan untuk memproduksi kopi bubuk surya per kilogram dengan menggunakan metode *full costing* pada tahun 2014 adalah sebesar Rp. 10.709,36 atau setara dengan Rp. 616.859.333,33 per tahun, dengan keuntungan sebesar Rp. 2.790,64 (20%) per kilogram atau setara dengan Rp. 160.740.666,67

per tahunnya. Pada tahun 2015 biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memproduksi bubuk kopi per kilogram adalah sebesar Rp. 10.232,78 atau setara dengan Rp. 785.877.863,25 pertahun, dengan keuntungan yang diterima sebesar Rp. 2.767,22 (21%) per kilogram, atau setara dengan Rp. 202.538.136,75 per tahunnya. Penggunaan metode *target costing* yang dilakukan pada penelitian ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan metode ini perusahaan dapat mencapai target laba sebesar 23% pada tahun 2014 dan 24% pada tahun 2015.

Penelitian kelima yang digunakan oleh peneliti dalam tinjauan terdahulu adalah penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati (2016). Penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati ini memiliki judul “Analisis Penerapan *Target Costing* dalam Upaya Peningkatan Keuntungan Agroindustri Pandansari (Studi Kasus pada Agroindustri Kecil Pandansari, Desa Pandanrejo, Kota Batu)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meminimumkan biaya produksi sehingga keuntungan yang diperoleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah key informan, yaitu pemilik perusahaan Pandansari. Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode *full costing*, *target costing* dan metode deskriptif. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa biaya yang dikeluarkan perusahaan melalui metode *full costing* lebih besar dibandingkan dengan metode *target costing* pada tahun 2014 dan 2015, dengan selisih biaya produksi secara berturut-turut yaitu sebesar Rp 19.929.892,5 dan Rp 8.550.645,9. Perbandingan margin profit sebelum dan sesudah menggunakan perhitungan dengan metode *target costing* untuk produk selai, jenang, dan sari buah berturut-turut adalah pada tahun 2014 margin profit selai sebesar 8,9% menjadi 28,5% dan tahun 2015 dari 12,1% menjadi 26%. Margin profit produk jenang tahun 2014 20,5% menjadi 18,2% dan tahun 2015 dari 22,6% menjadi 15,9%. Margin profit produk sari buah tahun 2014 8,8% menjadi 28,6% dan tahun 2015 dari 5,6% menjadi 31,09%.

Berdasarkan pada uraian di atas, terdapat beberapa persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan. Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian yang telah diuraikan di atas adalah penggunaan metode yang digunakan dalam analisis biaya, yaitu menggunakan metode *target costing*. Selain penggunaan metode analisis yang sama, persamaan dengan penelitian

terdahulu adalah menggunakan analisis deskriptif yang digunakan untuk membandingkan penggunaan metode biaya standar dan metode *target costing* dalam analisis biaya yang dilakukan. Selain terdapat persamaan, terdapat pula perbedaan dengan penelitian yang telah dilakukan. Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian yang telah dilakukan ialah pada penelitian ini peneliti menganalisis biaya selama 2 tahun yaitu tahun 2016 dan 2017 dengan menganalisis biaya 2 kemasan di setiap tahunnya.

2.2 Konsep Biaya

2.2.1 Definisi Biaya

Pengertian biaya sangat bermacam-macam, tergantung dari konteks yang digunakan dalam penggunaan istilah tersebut. Menurut Mulyadi (2012), biaya memiliki 2 pengertian yaitu dalam arti luas dan dalam arti sempit. Biaya dalam arti luas ialah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau mungkin terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Biaya dalam arti sempit merupakan bagian dari harga pokok yang dikeluarkan dalam usaha untuk memperoleh penghasilan.

Menurut Witjaksono (2013), biaya dibedakan menjadi 2 macam istilah, yaitu biaya dalam arti (*cost*) dan biaya dalam arti (*expense*). Biaya dalam arti *expanse* adalah dana yang dikeluarkan oleh seseorang dimana manfaat dari pengeluaran tersebut langsung terasa oleh seseorang yang telah mengeluarkan dana tersebut. Biaya dalam arti *cost* adalah dana yang dikeluarkan oleh seseorang dimana manfaat dari pengeluaran tersebut tidak langsung dapat dirasakan, yang terjadi hanya sebatas perubahan sumberdaya dari uang menjadi barang. Apabila seseorang yang mengeluarkan dananya memanfaatkan barang tersebut untuk memperoleh penghasilan maka barang tersebut baru dibebankan dalam bentuk penyusutan.

Menurut Tunggal (2001), biaya merupakan nilai moneter yang sekarang dan sumber ekonomi yang dikorbankan atau yang harus dikorbankan untuk memperoleh barang dan jasa. Menurut Prawironegoro & Purwanti (2013), biaya adalah kas dan setara kas yang dikorbankan untuk memproduksi atau memperoleh barang atau jasa yang diharapkan akan memperoleh manfaat atau keuntungan dimasa mendatang.

2.2.2 Klasifikasi Biaya

Biaya dalam akuntansi biaya dapat dikelompokkan dalam beberapa tipe, tergantung tujuan dari penggunaan informasi biaya tersebut digunakan. Pengelompokan biaya yang dilakukan dalam klasifikasi biaya menggunakan konsep “*Different Cost Different Purposes*” yang artinya berbeda biaya berbeda tujuan, atau menurut Dewi et al. (2015) pengertian dari “*Different Cost Different Purposes*” ialah penggunaan biaya yang berbeda untuk tujuan yang berbeda. Menurut Dewi et al. (2015) klasifikasi biaya yang paling umum digunakan didasarkan pada hubungan hubungan antara biaya dengan hal-hal berikut:

1. Produk, Terdiri dari: *product cost/ total manufacturing cost* dan *period cost/ commercial expense*.
2. Volume produksi, terdiri dari: biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi variabel.
3. Departemen, proses, pusat biaya (*cost center*), atau sub divisi lain dari manufaktur, terdiri dari: *direct cost* dan *indirect cost*.
4. Periode akuntansi, terdiri dari: *capital expenditure* dan *revenue expenditure*.
5. Suatu keputusan, tindakan atau evaluasi, terdiri dari: *differential cost/ marginal cost/ incremental cost, out of pocket cost, sunk cost, opportunity cost, unavoidable cost, avoidable cost, controllable cost* dan *uncontrollable cost*.

Menurut Bustami & Nurlela (2010) biaya produksi adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

1. Biaya dalam hubungan dengan produk

Biaya produksi adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi terdiri dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Biaya produksi ini disebut juga biaya produk yaitu biaya-biaya yang dapat dihubungkan dengan suatu produk, dimana biaya ini merupakan bagian dari persediaan.

a. Biaya bahan baku langsung

Biaya bahan baku langsung adalah bahan baku yang merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari produk selesai dan dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai. Contohnya kayu dalam pembuatan meubel, kain dalam pembuatan

pakaian, karet dalam pembuatan ban, minyak mentah dalam pembuatan bensin, kulit dalam pembuatan sepatu, dan tepung dalam pembuatan kue.

b. Tenaga kerja langsung

Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang digunakan dalam merubah atau mengonversi bahan baku menjadi produk selesai dan dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai. Contohnya upah koki kue, upah tukang serut dan potong kayu dalam pembuatan meubel, tukang jahit, bordir, pembuatan pola dalam pembuatan pakaian, tukang linting rokok dalam pabrik rokok, dan operator mesin jika menggunakan mesin.

c. Biaya *overhead* pabrik

Biaya *overhead* pabrik adalah biaya selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung tetapi membantu dalam mengubah bahan menjadi produk selesai. Biaya ini tidak dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai. Biaya *overhead* pabrik dapat dikelompokkan menjadi beberapa elemen, yaitu: bahan tidak langsung (bahan pembantu atau penolong), tenaga kerja tidak langsung, dan biaya tidak langsung lainnya.

1) Bahan tidak langsung (bahan pembantu atau penolong)

Bahan tidak langsung (bahan pembantu atau penolong) adalah bahan yang digunakan dalam penyelesaian produk tetapi pemakaiannya relatif lebih kecil dan biaya ini tidak dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai. Contohnya amplas, pola kertas, oli dan minyak pelumas, paku, sekrup, dan mur, staples, aksesoris pakaian, vanili, garam, pelembut, pewarna, pewangi pada kue.

2) Tenaga kerja tidak langsung

Tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja yang membantu dalam pengolahan produk selesai, tetapi tidak dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai. Contohnya gaji satpam pabrik, gaji pengawas pabrik, pekerja bagian pemeliharaan, penyimpanan dokumen pabrik, gaji operator telepon listrik, gaji operator telepon pabrik, pegawai pabrik, pegawai bagian gudang pabrik, gaji resepsionis pabrik, dan pegawai yang menangani barang.

3) Biaya tidak langsung lainnya

Biaya tidak langsung lainnya adalah biaya selain bahan tidak langsung dan tenaga kerja tidak langsung yang membantu dalam pengolahan produk selesai,

tetapi tidak dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai. Contohnya pajak bumi dan bangunan pabrik, listrik pabrik, air dan telepon pabrik, sewa pabrik, asuransi pabrik, penyusutan pabrik, peralatan pabrik, pemeliharaan mesin dan pabrik, gaji akuntan publik, refreshing karyawan pabrik, reparasi mesin dan peralatan pabrik.

2. Biaya dalam hubungannya dengan volume produksi

Biaya dalam hubungannya dengan volume atau perilaku biaya dapat dikelompokkan dalam beberapa elemen, antara lain:

- a. Biaya variabel, adalah biaya yang berubah sebanding dengan perubahan volume produksi dalam rentang relevan, tetapi secara per-unit tetap.
- b. Biaya tetap, adalah biaya yang secara totalitas bersifat tetap dalam rentang relevan tertentu, tetapi secara per-unit berubah.
- c. Biaya semi, adalah biaya di dalamnya mengandung unsur tetap dan memperlihatkan karakter tetap dan variabel.
- d. Biaya semi tetap, adalah biaya yang berubah dan volume secara bertahap.

3. Biaya dalam hubungannya dengan departemen produksi.

Biaya dalam hubungannya dengan departemen produksi dapat dikelompokkan kedalam 2 elemen, yaitu:

- a. Biaya langsung departemen, adalah biaya yang dapat ditelusuri secara langsung ke departemen bersangkutan.
- b. Biaya tidak langsung departemen, adalah biaya yang tidak dapat ditelusuri secara langsung ke departemen bersangkutan.

4. Biaya dalam hubungannya dengan periode waktu.

Biaya dalam hubungannya dengan periode dapat dikelompokkan menjadi 2 elemen, yaitu:

- a. Biaya pengeluaran modal, adalah biaya yang dikeluarkan untuk memberikan manfaat di masa depan dan dalam jangka waktu yang panjang dan dilaporkan sebagai aktiva.
- b. Biaya pengeluaran pendapatan, adalah biaya yang memberikan manfaat untuk periode sekarang dan dilaporkan sebagai beban.

5. Biaya dalam hubungannya dengan pengambilan keputusan.

Biaya dalam hubungannya dengan pengambilan keputusan dapat dikelompokkan menjadi beberapa elemen sebagai berikut:

- a. Biaya relevan, adalah biaya masa akan datang yang berbeda dalam beberapa alternatif yang berbeda. Biaya relevan terdiri dari:
 - 1) Biaya diferensial, adalah selisih biaya atau biaya yang berbeda dalam beberapa alternatif pilihan.
 - 2) Biaya kesempatan, adalah kesempatan yang dikorbankan dalam memilih suatu alternatif.
 - 3) Biaya tersamar, adalah biaya yang tidak kelihatan dalam catatan akuntansi tetapi mempengaruhi dalam pengambilan keputusan.
 - 4) Biaya nyata, adalah biaya yang benar-benar dikeluarkan akibat memilih suatu alternatif.
 - 5) Biaya yang dapat dilacak, adalah biaya yang dilacak kepada produk selesai.
- b. Biaya tidak relevan, adalah biaya yang dikeluarkan tetapi tidak mempengaruhi keputusan apapun. Biaya tidak relevan dapat dikelompokkan menjadi elemen:
 - 1) Biaya masa lalu, adalah biaya yang sudah dikeluarkan tetapi tidak mempengaruhi keputusan apapun.
 - 2) Biaya terbenam, adalah biaya yang tidak dapat kembali.

2.3 Konsep Biaya Standar

Menurut Witjaksono (2013), biaya standar merupakan patok duga (*benchmark*) yang secara efektif dan efisien ditetapkan dimuka (*predetermined*) untuk biaya-biaya yang seharusnya dikonsumsi oleh suatu produk. Menurut Mulyadi (2012), biaya standar ialah biaya yang penentuannya di awal atau bisa diartikan dengan jumlah biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk membuat satu satuan produk atau untuk membiayai kegiatan tertentu, dengan asumsi bahwa kondisi ekonomi, efisiensi, dan faktor-faktor lain tertentu. Menurut Carter (2009), biaya standar ialah biaya yang telah ditentukan sebelumnya untuk memproduksi satu unit atau sejumlah tertentu produk selama satu periode tertentu. Menurut Carter & Usry (2005), biaya standar ialah biaya yang direncanakan untuk suatu produk dalam kondisi operasi sekarang atau yang diantisipasi. Berdasarkan pengertian-pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa biaya standar merupakan biaya yang penentuannya dimuka untuk menghasilkan suatu produk.

Menurut Hansen & Mowen (2009), standar umumnya diklasifikasikan baik sebagai sesuatu yang ideal maupun yang saat ini dapat tercapai.

1. Standar ideal (*ideal standards*)

Standar ideal membutuhkan efisiensi maksimum dan hanya dapat dicapai jika segala sesuatu beroperasi secara sempurna. Tidak ada mesin yang rusak, menganggur, atau kurangnya keterampilan yang dapat ditoleransi.

2. Standar yang saat ini dapat tercapai (*currently attainable standards*)

Standar ini dapat dicapai dengan beroperasi secara efisien. Kelonggaran diberikan untuk kerusakan normal, gangguan, keterampilan yang lebih rendah dari sempurna, dan lainnya.

Selama beberapa dekade sistem biaya standar mendominasi berbagai praktek pengendalian, terutama di lingkungan industri manufaktur. Hal tersebut dikarenakan sistem biaya standar mampu memberikan beberapa keuntungan, seperti yang dikemukakan oleh Witjaksono, (2013) yaitu:

1. Biaya standar dapat dijadikan sebagai pijakan untuk perbandingan biaya sehingga memungkinkan dilakukannya patok duga.
2. Perhitungan biaya standar diikuti dengan analisis varian sehingga dapat diterapkannya *Management By Exception*
3. Varian dapat dijadikan alat untuk penilaian kinerja
4. Motivasi bagi karyawan, karena varian digunakan sebagai salah satu indikator dalam penilaian kinerja
5. Penggunaan standar dalam penentuan harga produk menyebabkan biaya produk menjadi lebih stabil jika dibandingkan dengan penggunaan biaya aktual
6. Sistem biaya standar lebih murah dibandingkan dengan sistem biaya normal.

Menurut Mulyadi (2012), biaya standar memiliki beberapa kelemahan, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Tingkat kelonggaran standar tidak dapat dihitung dengan tepat meskipun telah ditetapkan dengan jelas oleh UKM.
2. Seringkali standar cenderung menjadi fleksibel karena produksi yang selalu mengalami perubahan.

Mulyadi (2012), menjelaskan bahwa penetapan biaya standar sangat membantu dalam perencanaan dan pengendalian aktivitas perusahaan, yakni dalam hal:

1. Pembuatan anggaran
2. Pengendalian biaya dan mengukur efisiensi

3. Mendorong upaya kemungkinan pengurangan biaya
4. Memudahkan dalam pencatatan dan penyiapan laporan biaya
5. Merencanakan biaya bahan baku, pekerjaan dalam proses maupun persediaan barang jadi
6. Mampu dijadikan suatu pedoman penetapan harga penawaran dalam tender suatu proyek atau kontrak tertentu.

Menurut Carter (2009), dilihat dari jenis-jenis biaya standar dan varian yang ada, proses penentuan varians biaya standar adalah sebagai berikut:

1. Standar varians bahan baku

Ada 2 standar yang dikembangkan untuk biaya bahan baku, yaitu:

- a. Standar harga bahan baku

Harga standar memungkinkan untuk memantau kinerja dari departemen pembelian dan mendeteksi pengaruhnya pada biaya bahan baku. Selain itu harga standar juga memungkinkan untuk mengukur dampak dari kenaikan atau penurunan harga bahan baku terhadap laba.

- b. Standar kuantitas bahan baku (standar penggunaan bahan baku)

Standar kuantitas atau penggunaan pada umumnya dikembangkan berdasarkan spesifikasi yang dibuat oleh insinyur dan/atau desainer. Dalam perusahaan kecil atau menengah, pengawas atau supervisor departemen menspesifikasikan jenis, kuantitas, dan kualitas dari bahan baku yang dibutuhkan dan operasi yang akan dilakukan. Standar kuantitas sebaiknya ditetapkan setelah analisis atas ukuran, bentuk, dan kualitas produk yang paling ekonomis serta penggunaan bahan baku dengan berbagai kualitas yang berbeda.

Varians kuantitas bahan baku (variens penggunaan) dihitung dengan cara membandingkan kuantitas aktual dari bahan baku yang digunakan dengan kuantitas standar yang diperbolehkan, serta keduanya diukur dengan biaya standar. Kuantitas standar yang diperbolehkan adalah kuantitas bahan baku yang dibutuhkan untuk memproduksi satu unit produk (kuantitas standar yang diperbolehkan per unit) dikalikan dengan jumlah aktual dari unit yang diproduksi selama periode tersebut. Unit yang diproduksi setara dengan unit ekuivalen produksi untuk bahan baku.

2. Standar dan varians tenaga kerja

Ada 2 standar yang dikembangkan untuk biaya tenaga kerja langsung:

a. Standar tarif, upah, atau biaya

Standar tarif mungkin didasarkan pada perjanjian tawar-menawar kolektif yang menentukan upah per jam, tarif per unit, dan bonus. Tanpa adanya kontrak serikat kerja, maka standar tarif ditentukan oleh upah yang disetujui. Karena tarif cenderung untuk didasarkan pada perjanjian yang pasti, maka varians tarif tenaga kerja jarang terjadi. Jika terjadi, biasanya varians tersebut disebabkan oleh kondisi jangka pendek yang tidak biasa.

Untuk memastikan keadilan dalam tarif yang dibayarkan untuk setiap operasi yang dilakukan, digunakan rating pekerjaan. Ketika suatu tarif direvisi atau suatu perubahan diotorisasi secara temporer, maka hal tersebut harus dilaporkan dengan segera ke departemen penggajian untuk menghindari penundaan, pembayaran yang tidak benar, dan pelaporan yang salah. Perbedaan yang terjadi antara tarif standar dan tarif aktual menimbulkan varians tenaga kerja (variens upah atau varians biaya).

b. Standar efisiensi, waktu, atau penggunaan

Menentukan standar efisiensi tenaga kerja adalah fungsi terspesialisasi yang dikerjakan dengan baik oleh insinyur industrial, menggunakan studi waktu dan gerakan. Standar ini didasarkan pada kinerja aktual dari seorang pekerja atau sekelompok kerja yang memiliki keahlian rata-rata menggunakan usaha rata-rata ketika melakukan operasi manual atau ketika bekerja pada mesin yang beroperasi dalam kondisi normal. Varians efisiensi tenaga kerja dihitung diakhir periode pelaporan dengan cara membandingkan jam aktual yang digunakan dengan jam standar yang diperbolehkan, keduanya diukur dengan tarif tenaga kerja standar.

3. Standar dan varians biaya *overhead*

Pertama, anggaran *overhead* pabrik dibuat, dengan cara mengestimasi setiap pos dari *overhead* yang diperkirakan akan terjadi di setiap departemen, pusat biaya atau aktivitas, pada tingkat aktivitas tertentu yang telah ditentukan sebelumnya, biasanya kapasitas normal atau kapasitas aktual yang diperkirakan. Selanjutnya, dari anggaran biaya departemen jasa dialokasikan ke departemen pengguna berdasarkan jumlah jasa yang direncanakan.

Jika suatu departemen produksi memiliki banyak pusat biaya, atau jika perhitungan biaya berdasarkan aktivitas digunakan, maka alokasi biaya ke

departemen jasa tersebut atau ke aktivitas. Ketika semua *overhead* yang dianggarkan telah dialokasikan, maka *overhead* langsung dan tidak langsung yang dianggarkan untuk setiap departemen dan aktivitas produksi, serta pusat biaya lainnya ditotalkan.

Total tersebut kemudian dibagi dengan tingkat dasar alokasi yang telah ditentukan sebelumnya, dan hasilnya adalah tarif *overhead* pabrik standar untuk setiap departemen produksi atau pusat biaya. Di akhir dari setiap bulan atau periode lainnya, biasanya satu bulan, *overhead* pabrik yang terjadi secara aktual dibandingkan dengan total *overhead* standar yang dibebankan ke barang dalam proses. Perbedaannya adalah varians *overhead* pabrik keseluruhan.

2.4 Tinjauan tentang Laba

2.4.1 Pengertian dan Elemen Laba

Setiap perusahaan ingin menginginkan untuk mendapatkan laba sebesar-besarnya dari penjualan produk yang mereka hasilkan. Laba yang diterima oleh perusahaan digunakan untuk mengembangkan usahanya dan kegiatan operasional dari perusahaan dapat berjalan dengan lancar. Berikut pengertian laba menurut para ahli. Menurut Carls, Reeve, & Fess (2005), laba atau keuntungan adalah selisih antara uang yang diterima dari pelanggan atas barang atau jasa yang diperjual belikan dan biaya yang dikeluarkan untuk input yang digunakan guna menghasilkan barang dan jasa. Menurut Harahap & Syafri (2009), laba merupakan kelebihan penghasilan di atas biaya selama satu periode akuntansi. Menurut Suwardjono (2008), laba merupakan imbalan atas upaya perusahaan menghasilkan barang dan jasa. Ini berarti laba merupakan kelebihan pendapatan di atas biaya (biaya total yang melekat kegiatan produksi dan penyerahan barang atau jasa). Berdasarkan pada beberapa definisi dari beberapa ahli di atas dapat disimpulkan bahwa laba merupakan selisih antara hasil dari penjualan barang atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan dengan biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memproduksi barang tersebut. Selisih ini sebagai imbalan untuk perusahaan yang telah memproduksi barang atau jasa tersebut.

Laba memiliki empat elemen utama dalam penentuannya, diantaranya adalah pendapatan (*revenue*), beban (*expense*), keuntungan (*gain*), dan kerugian (*loss*).

Menurut Stice, Stice, & Skousen (2004) definisi dari elemen-elemen laba tersebut sebagai berikut:

1. Pendapatan (*revenue*) adalah arus masuk atau peningkatan lain dari aktiva suatu entitas atau pelunasan kewajibannya (atau kombinasi dari keduanya) dari penyerahan atau produksi suatu barang, pemberian jasa, atau aktivitas lain yang merupakan usaha terbesar atau usaha pertama yang sedang dilakukan entitas tersebut.
2. Beban (*expense*) adalah arus keluar atau penggunaan lain dari aktiva atau timbulnya kewajiban (atau kombinasi keduanya) dari penyerahan atau produksi suatu barang, pemberian jasa, atau aktivitas lain yang merupakan usaha terbesar atau usaha pertama yang sedang dilakukan entitas tersebut.
3. Keuntungan (*gain*) adalah peningkatan dalam ekuitas atau (aktiva bersih) dari transaksi sampingan atau transaksi yang terjadi sesekali dari suatu entitas dan dari semua transaksi. Kejadian dan kondisi lainnya yang mempengaruhi entitas tersebut, kecuali yang berasal dari pendapatan atau investasi pemilik.
4. Kerugian (*loss*) adalah penurunan dalam ekuitas (aktiva bersih) dari transaksi sampingan atau transaksi yang terjadi sesekali dari suatu entitas dan dari semua transaksi. Kejadian dan kondisi lainnya yang mempengaruhi entitas tersebut, kecuali yang berasal dari pendapatan atau investasi pemilik.

2.4.2 Jenis-Jenis Laba

Menurut Stice et al. (2004), Laba dibedakan menjadi empat jenis, yaitu: laba kotor (*Gross Profit*), laba operasi (*Operating Expenses*), laba sebelum pajak (*Profit Before Income Tax*) dan laba bersih setelah pajak. Berikut merupakan penjabaran dari jenis-jenis laba tersebut:

1. Laba kotor (*Gross Profit*) adalah selisih antara pendapatan dari penjualan bersih dan harga pokok penjualan. Laba kotor adalah angka yang penting. Apabila perusahaan tidak memperoleh hasil yang cukup dari penjualan barang atau jasa untuk menutup beban yang langsung terkait dengan barang atau jasa tersebut, perusahaan tersebut tidak akan bertahan lama pada bisnis tersebut.
2. Laba operasi (*Operating Expenses*) adalah mengukur kinerja operasi bisnis fundamental yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dan didapat dari laba kotor dikurangi beban operasi. laba operasi menunjukkan seberapa baik perusahaan

- melakukan aktivitas khusus dari bisnis tersebut, terlepas dari kebijakan pendanaan dan manajemen pajak penghasilan yang ditangani pada level pusat.
3. Laba sebelum pajak (*Profit Before Income Tax*) merupakan pendapatan yang diperoleh perusahaan secara keseluruhan sebelum pajak perseroan yaitu perolehan dari laba operasi dikurangi atau ditambah.
 4. Laba bersih setelah pajak merupakan laba bersih setelah ditambah atau dikurangi dengan pendapatan dan biaya non operasi dan dikurangi laba perseroan.

2.5 Metode *Target Costing*

2.5.1 Pengertian *Target Costing*

Menurut Krismiaji & Aryani Anni (2011), *target costing* adalah proses penentuan biaya maksimum yang dimungkinkan bagi pembuatan sebuah produk baru dan kemudian merancang prototipe yang menguntungkan dengan kendala biaya maksimum yang telah ditetapkan. Tujuan utama *target costing* adalah mengurangi biaya karena sekali *target cost* telah dicapai, maka suatu *target cost* yang baru lebih rendah ditentukan. Menurut Sulastiningsih & Zulkifli (2006), *target costing* merupakan perencanaan produk untuk memberikan kepuasan customer dengan menetapkan biaya target sebagai biaya standar. Menurut Witjaksono (2013) *target costing* adalah suatu sistem dimana penentuan harga pokok produksi adalah sesuai dengan yang diinginkan (target) sebagai dasar penetapan harga jual produk yang akan memperoleh laba yang diinginkan, atau penentuan harga pokok sesuai dengan harga jual yang pelanggan rela membayarnya. Menurut Supriyono (2002), *target costing* adalah suatu sistem untuk mendukung proses pengurangan biaya dalam tahap pengembangan dan perencanaan produk tertentu, perubahan modal secara penuh ataupun perubahan modal secara teratur. Menurut Carls et al. (2005), *target costing* adalah alat manajemen biaya untuk mengurangi biaya keseluruhan suatu produk selama seluruh siklus hidupnya dengan bantuan departemen produksi, teknik, litbang, pemasaran dan akuntansi. Berdasarkan beberapa pengertian oleh para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa *target costing* adalah alat yang digunakan dalam manajemen biaya untuk mengurangi biaya dalam kegiatan produksi suatu barang atau jasa dengan penentuan harga dilakukan pada awal perencanaan sesuai dengan keinginan (target).

2.5.2 Konsep *Target Costing*

Perhitungan *target costing* merupakan pengerjaan terbalik dari penentuan harga di awal untuk menentukan biaya dalam kegiatan produksi. *Target costing* diawali dengan memperkirakan harga produk yang mencerminkan fungsi atau atribut yang digunakan pada produk yang dihasilkan serta harga yang bersaing dengan produk dari kompetitor. Tahap selanjutnya setelah penentuan harga adalah dengan menentukan laba yang diinginkan oleh perusahaan, dan selanjutnya penentuan biaya. Proses *target costing* tidak hanya sekedar menentukan target biaya, tetapi termasuk cara mencapai biaya dan mendapatkan kualitas produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan, atau tanpa mengurangi kualitas dari produk yang dihasilkan.

Menurut Tunggal (2001), terdapat empat kunci sukses yang perlu dipertimbangkan oleh manajemen yang akan menggunakan *target costing*:

1. *Internal examination*

Sebagai langkah awal, perusahaan akan memahami aktivitas-aktivitasnya, baik yang sedang berjalan maupun yang akan dilakukan di masa yang akan datang.

2. *External analysis*

Analisis ini akan membantu perusahaan dalam menentukan kebutuhan konsumen, keterbatasan pasar, produk pesaing, dan lain-lain.

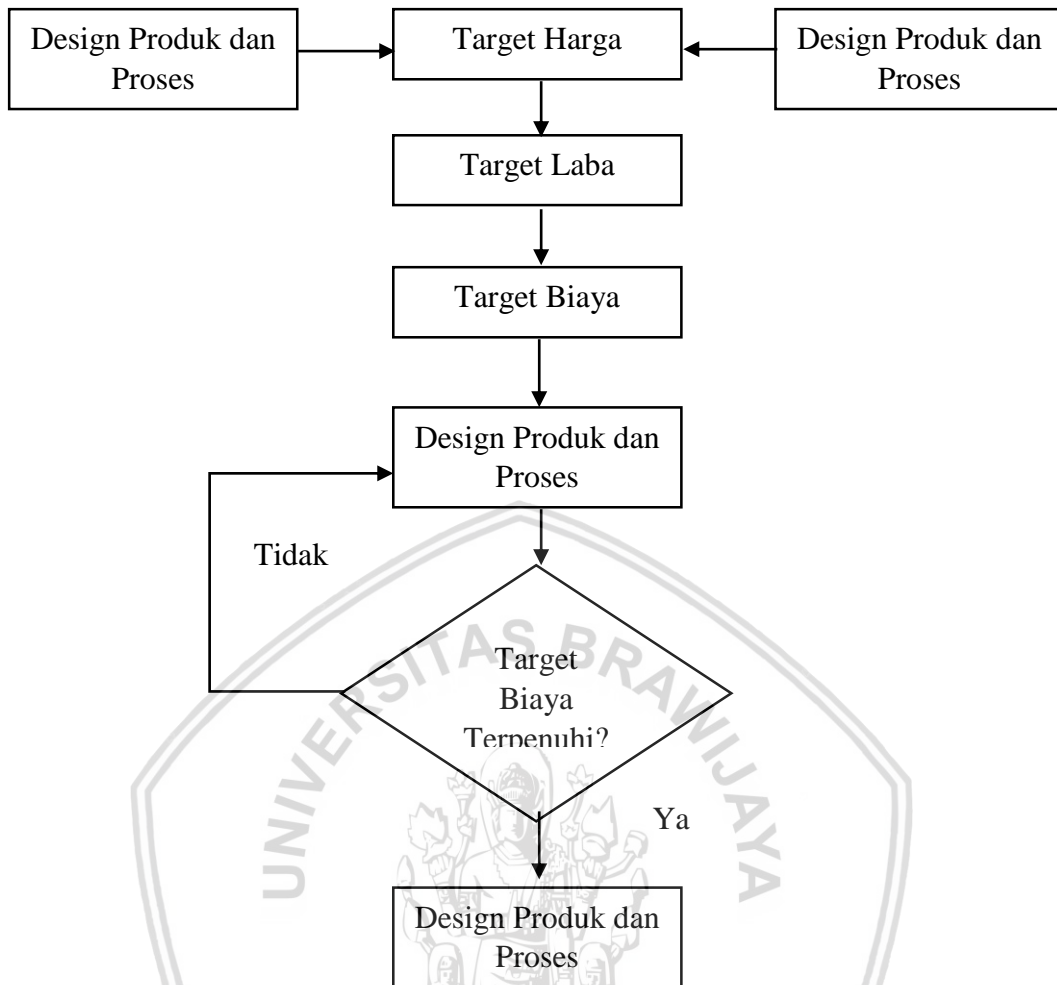
3. *The process design*

Tahap ini meliputi *value engineering*, continuous improvement, dan kolaborasi supplier

4. *Performance evaluation*

Sebagai tahap akhir, evaluasi kinerja baik yang bersifat kuantitatif maupun kualitatif merupakan faktor penting dalam manajemen *target costing*. Pengukuran kinerja dilakukan dengan menghindari faktor-faktor tradisional yang berkaitan dengan aktivitas produksi.

Menurut Hansen & Mowen (2009), proses *target costing* dapat digambarkan dengan skema sebagai berikut:



Skema 1 Proses *Target Costing*

Witjaksono (2013), menjelaskan bahwa terdapat perbedaan mendasar antara penentuan harga pokok produk dengan menggunakan pendekatan *target costing* dan dengan pendekatan tradisional, yaitu:

Tabel 1. Perbedaan Pendekatan *Traditional Costing* dan *Target Costing*

<i>Traditional Approach</i>		<i>Target cost Approach</i>	
<i>1st</i>	<i>Design Product</i>	<i>1st</i>	<i>Set Sales Price</i>
<i>2nd</i>	<i>Compute Cost</i>	<i>2nd</i>	<i>Set Profit</i>
<i>3rd</i>	<i>Set Sales Price</i>	<i>3rd</i>	<i>Compute Target cost</i>
<i>4th</i>	<i>Profit or Loss</i>	<i>4th</i>	<i>Design Produk</i>

Sumber. Witjaksono (2013)

Berdasarkan pada Tabel 1, dapat dilihat bahwa pendekatan *traditional costing* dan *target costing* memiliki perbedaan yang mendasar dalam tahapan desain produk dan penetapan harga jual. Pada pendekatan tradisional, proses produksi dimulai dari desain produk baik barang maupun jasa, dilanjutkan dengan menghitung harga pokok produk, dan kemudian menetapkan harga jual produk untuk dapat

menghitung laba atau rugi. Kelemahan dari pendekatan tradisional ini adalah apabila harga jual produk tidak dapat didikte atau ditentukan oleh perusahaan atau sudah “given”.

2.5.3 Karakteristik *Target Costing*

Menurut Supriyono, (2002), *target costing* memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. *Target costing* ditetapkan dalam tahap pengembangan dan perencanaan. *Target costing* ini berbeda dari system pengendalian biaya standar yang diterapkan dalam tahap produksi.
2. *Target costing* bukan merupakan metode manajemen untuk pengendalian biaya dalam pemikiran tradisional, tetapi salah satu tujuannya adalah mengurangi biaya.
3. Dalam proses penentuan *target costing*, banyak metode ilmu manajemen yang digunakan, sebab tujuan manajerial penentuan *target costing* meliputi teknik-teknik pengembangan dan perencanaan produk.
4. Kerja sama banyak departemen diperlukan dalam melaksanakan *target costing*.
5. *Target costing* lebih sesuai dalam produksi produk ganda kecil daripada perusahaan memproduksi beberapa produk besar.

2.5.4 Prinsip *Target Costing*

Menurut Rudianto (2013), terdapat beberapa prinsip *target costing*, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Harga jual mendahului biaya

System *target costing* menetapkan target biaya dengan mengurangi margin laba yang diharapkan dari harga pasar yang kompetitif. Harga pasar dikendalikan oleh situasi pasar dan target laba ditentukan oleh kondisi keuangan suatu perusahaan dan industri yang digeluti.

2. Fokus pada pelanggan

System *target costing* digerakkan oleh pasar. Target biaya tidak boleh dicapai dengan mengorbankan tampilan yang diinginkan pelanggan, menurunkan kinerja atau keandalan suatu produk, atau menunda peluncuran produk di pasar

3. Fokus pada desain

System *target costing* mempertimbangkan desain produk dan proses sebagai kunci terhadap manajemen biaya

Sedangkan menurut Witjaksono (2013), selain 3 prinsip di atas terdapat 3 prinsip lain, yaitu:

1. *Cross Functional Team*

Tim/kelompok ini bertanggung jawab atas keseluruhan produk, dimulai dari konsep produk hingga tahapan produksi penuh.

2. Melibatkan rantai nilai

Seluruh anggota yang terlibat dalam rantai nilai, dimulai dari pemasok barang/jasa, distributor, hingga pelanggan dilibatkan dalam proses *target costing*.

3. Orientasi daur hidup produk

Meminimalkan biaya selama daur hidup produk, diantaranya harga bahan baku, biaya operasi, pemeliharaan, dan biaya distribusi.

2.5.5 Perbedaan *Standard Costing* dan *Target Costing*

Target costing dan *standar costing* memiliki beberapa persamaan seperti keduanya merupakan metode untuk perencanaan biaya yang dapat digunakan oleh perusahaan. Terdapat perbedaan yang amat mendasar antara *standard costing* dan *target costing*. *Standard costing* merupakan sistem kalkulasi biaya yang membebankan objek biaya berdasarkan pada estimasi yang beralasan dan melalui tarif yang ditetapkan sesuai dengan biaya sesungguhnya. *Standar costing* dapat dibentuk tanpa ada campur tangan pihak eksternal, hanya berdasar pada pihan internal perusahaan saja. Berbeda dengan penentuan *target costing*, perusahaan perlu memperhatikan lingkungan internal maupun eksternal dalam perusahaan.

Target costing secara konsep berbeda dengan *standard costing*. *Standard costing* memiliki tujuan meminimalkan perbedaan antara biaya yang dibebankan dan biaya sesungguhnya pada tahap produksi. Pada *target costing*, selain meminimalkan perbedaan biaya sesungguhnya dengan yang dibebankan, perusahaan juga harus mempertimbangkan berbagai sudut pasar yang terdiri dari konsumen dan pesaing dalam rangka pengendalian biaya dan memenuhi laba yang diinginkan.

Menurut Atkinson, et al. (2007), Perbedaan antara *standard costing* dan *target costing* adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Perbedaan antara *standard costing* dan *target costing*

No.	<i>Standar Costing</i>	<i>Target Costing</i>
1	Penetapannya berdasarkan analisis internal dari proses manufaktur	Penetapannya berdasarkan analisis internal dan eksternal (pasar dan pesaing)
2	Penetapan standar mengacu pada perekrayaan. Biaya standar + <i>mark up</i> (laba) = harga jual	Harga pasar – <i>mark up</i> (laba) yang diinginkan = biaya yang diperkenankan (<i>allowable cost</i>)
3	Diterapkan pada tahap produksi	Diterapkan pada tahap pengembangan dan perencanaan produk.
4	Hanya menekankan pada penentuan dan pencapaian standard cost	Menekankan pada penentuan dan pencapaian <i>target cost</i> dan mendorong untuk mengurangi biaya.

Sumber: Atkinson, et al. (2007)

2.5.6 Penentuan Biaya Produksi dengan Metode *Target Costing*

Menurut Hansen dan Mowen (2009), *target costing* merupakan perbedaan harga jual dari produk atau jasa yang diperlukan untuk mencapai pangsa pasar tertentu dengan laba yang diinginkan oleh perusahaan per satuan produksi. Apabila *target cost* yang telah dihitung dibawah harga pokok produk yang sekarang dapat tercapai, maka manajemen harus merencanakan suatu program pengurangan biaya untuk menurunkan biaya yang sekarang dikeluarkan untuk menghasilkan produk ke *target cost*. Kemajuan yang dicapai dari program pengurangan biaya tersebut diukur dengan membandingkan biaya sesungguhnya dengan *target cost*. *Target costing* merupakan sistem akuntansi biaya yang menyediakan informasi bagi manajemen untuk memungkinkan manajemen memantau kemajuan yang dicapai dalam pengurangan biaya produk menuju *target cost* yang telah ditetapkan. Dengan menggunakan *target costing* ini maka dapat diketahui berapa biaya produksi yang diperkenankan, yaitu dengan :

Biaya produksi = harga jual – laba yang diinginkan perusahaan dari harga jual

Sebagai contoh, misalkan sebuah perusahaan X ingin memproduksi selai apel. Harga jual dari produk selai apel yang diproduksi oleh pesaing memiliki harga jual Rp. 20.000,-. laba yang diinginkan oleh perusahaan X adalah sebesar Rp. 5.000,-, sehingga, *target cost* dapat dihitung dengan cara:

$$\text{Target cost} = \text{Rp } 20.000,- - \text{Rp } 5.000,- = \text{Rp } 15.000,-$$

Biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan saat ini untuk memproduksi selai apel adalah sebesar Rp. 18.000,-. untuk mencapai *target cost* yang diinginkan oleh perusahaan X, perusahaan X harus mengurangi biaya produksi sebesar Rp. 3.000,-. perusahaan X harus mengupayakan untuk mengurangi biaya dengan menganalisis biaya produksi perusahaan dan mengurangi biaya-biaya yang dapat dikurangkan.

2.6 Konsep *Value Engineering* atau Rekayasa Nilai

Menurut Longdong, (2016), dalam proses penerapan *target costing*, rekayasa nilai (*value engineering*) merupakan tahapan yang sangat dibutuhkan dimana dalam proses perencanaan produk perusahaan sebisa mungkin dapat menyiasati atau mendesain kembali dengan menekan biaya proses produksi seperti dengan mengganti hal-hal yang mempengaruhi tingginya biaya yang akan dikeluarkan. Menurut Apriyanti (2010), perekayasa nilai (*value engineering*) merupakan suatu aktivitas yang diperlukan untuk menganalisa apakah komponen-komponen dalam suatu produk dapat dikurangi biayanya tanpa mengurangi fungsi atau kualitas produk yang bersangkutan. *Value engineering* dilaksanakan oleh suatu tim yang terdiri dari manajer pemasaran, desain produk, manajer pabrik, dan pengawas produksi yang didukung oleh seluruh staf perusahaan. Masing-masing anggota menyarankan perbaikan desain dan modifikasi proses yang dapat dilakukan untuk menekan biaya yang terjadi. Setelah itu, akuntan biaya akan mengestimasi penghematan biaya yang dapat dicapai sebagai hasil dari pelaksanaan *value engineering*. Menurut Rudianto (2013), *target costing* menggunakan rekayasa nilai untuk menurunkan biaya produk menggunakan analisis *trade off* antara:

1. Jenis dan tingkat yang berbeda dalam fungsionalitas produk
2. Biaya produk total

Upaya untuk merekayasa biaya harus dilakukan agar dapat menghasilkan customer value yang tepat. Rekayasa nilai digunakan dalam *target costing* untuk menurunkan biaya produksi melalui analisis konsumen, yang kemudian digunakan untuk identifikasi selera konsumen, karena terdapat berbagai hal dalam suatu produk yang dinilai penting oleh konsumen. Oleh karena itu, sangat penting

mengenali karakteristik produk yang dihasilkan dengan baik, dan mengklasifikasikan produk tersebut berdasarkan fungsionalitasnya.



III. KERANGKA KONSEP PENELITIAN

3.1 Kerangka Pemikiran

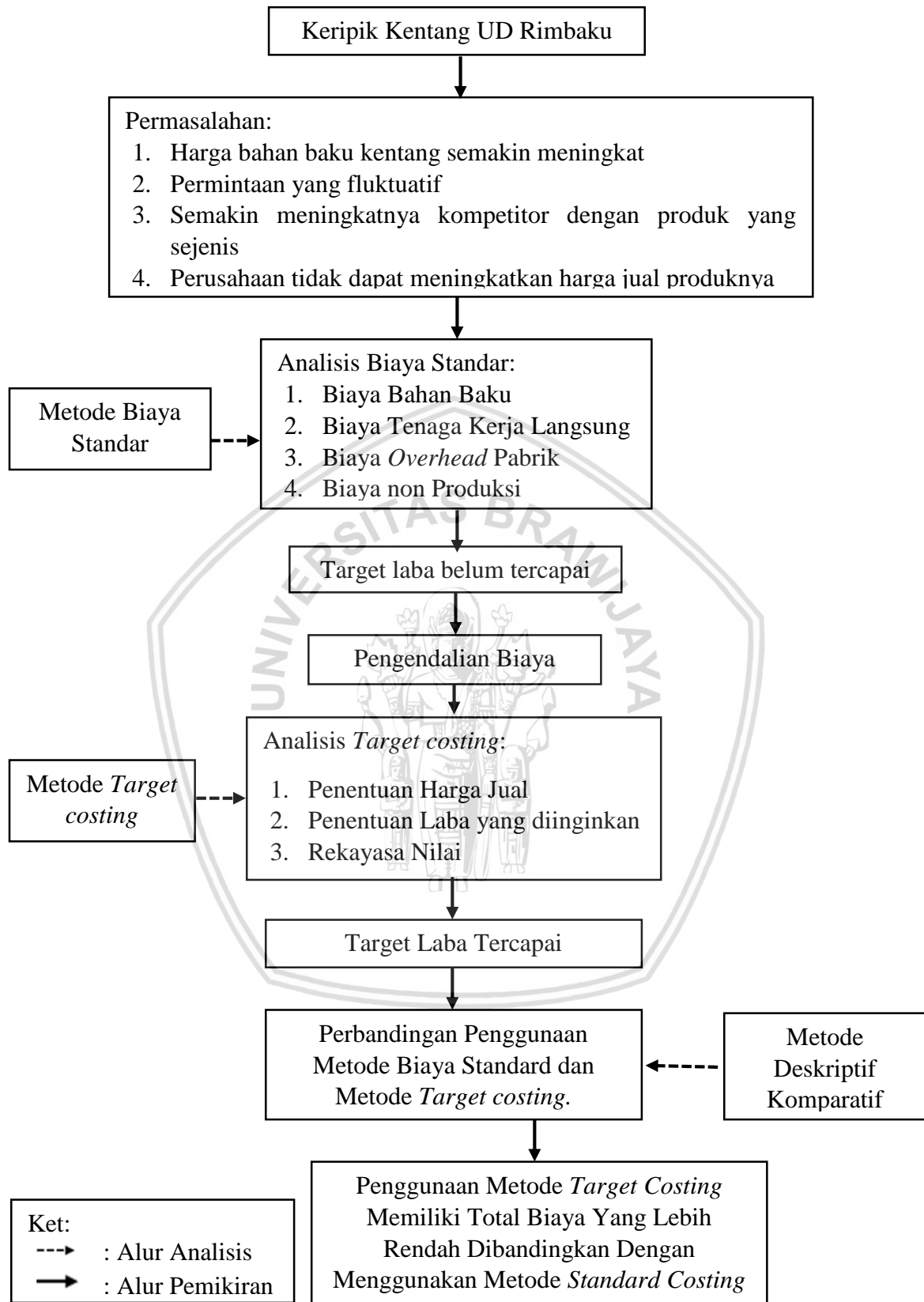
UD Rimbaku merupakan salah satu perusahaan pengolahan makanan ringan yang memproduksi keripik buah dan sayur di kota Batu. Salah satu produk yang dihasilkan oleh UD Rimbaku adalah keripik kentang. Keripik kentang merupakan salah satu produk unggulan dari UD Rimbaku, hal ini dikarenakan permintaan keripik kentang sangat tinggi, sehingga membuat produksi keripik kentang lebih besar dibandingkan dengan produksi keripik-keripik lain seperti keripik nangka, keripik apel, dan sebagainya. Meskipun permintaan keripik kentang yang dihasilkan oleh UD Rimbaku sangat tinggi, akan tetapi permintaan yang tinggi ini tidak selalu konstan. Fluktuasi permintaan inilah yang mengakibatkan laba yang diterima oleh perusahaan tidak menentu setiap bulannya. UD Rimbaku juga tidak dapat meningkatkan harga jual produk keripik kentang dikarenakan adanya produk sejenis yang diproduksi oleh kompetitor. Hal inilah yang mengakibatkan harga jual yang ditetapkan oleh UD Rimbaku harus dapat bersaing dengan harga jual produk dari kompetitor.

Ketidakmampuan perusahaan dalam meningkatkan harga jual mengakibatkan perusahaan tidak dapat mencapai target laba yang diinginkan oleh perusahaan. Meskipun harga jual produk tidak dapat ditingkatkan tetapi harga bahan baku kentang semakin meningkat dan akhirnya menekan laba yang diterima oleh perusahaan. Semakin rendahnya laba yang diterima oleh perusahaan akan mengakibatkan melemahnya kinerja dari perusahaan itu sendiri. Laba yang diterima oleh perusahaan juga untuk keberlanjutan dari perusahaan itu sendiri dan untuk kesejahteraan para karyawannya, sehingga perlu adanya strategi untuk meningkatkan laba agar target laba yang diinginkan oleh produsen dapat tercapai.

Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh UD Rimbaku untuk meningkatkan laba perusahaan adalah dengan menggunakan pengendalian biaya. Pengendalian biaya yang dilakukan oleh UD Rimbaku adalah dengan menggunakan biaya standar (*standar costing*). Penggunaan metode biaya standar yang dilakukan oleh perusahaan sampai saat ini masih belum dapat mengoptimalkan laba yang diterima oleh perusahaan. Selain itu penggunaan metode biaya standar ini digunakan untuk pengoptimalan biaya sehingga biaya yang digunakan dengan menggunakan metode

ini relatif tinggi. Biaya yang relatif tinggi inilah yang membuat laba yang diterima perusahaan tidak sesuai dengan target laba yang diinginkan oleh perusahaan, karena harga jual dari produk ditentukan oleh pasar agar dapat bersaing dengan produk pesaing. Perhitungan biaya dengan menggunakan biaya standar ialah dengan menghitung biaya produksi serta menentukan laba yang diinginkan oleh perusahaan dan selanjutnya menentukan harga jual. Penggunaan metode biaya standar ini, perusahaan belum dapat mengoptimalkan laba yang diterima perusahaan apabila harga dari bahan baku atau faktor yang lain mengalami kenaikan. Salah satu cara mengatasi kendala tersebut yaitu dengan strategi pengendalian biaya lain yang dapat digunakan oleh UD Rimbaku, yaitu dengan menggunakan metode *target costing*.

Penggunaan metode *target costing* merupakan salah satu cara yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai target laba yang diinginkan oleh perusahaan. Hal ini dikarenakan perhitungan dengan menggunakan *target costing* dimulai dari penentuan harga yang dapat bersaing dengan produk kompetitor, setelah penentuan harga jual yang dapat bersaing dengan produk kompetitor langkah selanjutnya adalah dengan menentukan target laba yang diinginkan oleh perusahaan, dan selanjutnya adalah dengan penentuan biaya. Penentuan biaya yang dilakukan pada metode *target costing* ini adalah dengan rekayasa nilai, sehingga biaya produksi dari perusahaan dapat ditekan sehingga target laba yang diterima oleh perusahaan tercapai. Setelah penggunaan metode *target costing*, dilakukan perbandingan hasil perhitungan antara metode biaya standar dan *target costing*, dan didapatkan hasil penggunaan metode yang dapat mengoptimalkan laba dengan menggunakan deskriptif komparatif.



Skema 2. Kerangka Konsep Penelitian

3.2 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dari penelitian yang dilakukan ini didapatkan dari kerangka pemikiran yang telah diuraikan di atas dan merujuk dari penelitian-penelitian terdahulu:

1. Biaya produksi yang diterapkan dengan menggunakan metode biaya standar oleh UD Rimbaku masih belum mendapatkan laba sesuai dengan keinginan dari perusahaan.
2. Biaya produksi yang diterapkan dengan menggunakan metode *target costing* oleh UD Rimbaku dapat memenuhi target laba yang diinginkan oleh perusahaan.
3. Perbandingan dari penggunaan metode biaya standar dan metode *target costing* yang dilakukan, menunjukkan bahwa dengan menggunakan metode *target costing* dapat meningkatkan laba perusahaan sesuai dengan keinginan perusahaan dan lebih efisien dibandingkan dengan menggunakan metode biaya standar.

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Tabel 3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Pengukuran Variabel
Biaya bahan baku langsung	Biaya yang dikeluarkan untuk pembelian bahan baku yang terkait langsung dengan produk yang akan dihasilkan oleh suatu perusahaan.	Rupiah (Rp)/Kg
Biaya tenaga kerja langsung	Biaya yang dikeluarkan untuk penggunaan tenaga kerja dalam proses produksi mulai pengolahan bahan baku menjadi produk akhir yang siap dijual. Biaya tenaga kerja langsung ini meliputi gaji karyawan yang ikut dalam kegiatan produksi perusahaan.	Rupiah (Rp)/Kg
Biaya overhead pabrik	Biaya yang dikeluarkan untuk menunjang proses produksi selain biaya bahan baku langsung, dan biaya tenaga kerja langsung, meliputi biaya bahan baku penolong, biaya plastik kemasan, biaya angkut bahan baku, biaya penyusutan, biaya pemeliharaan, biaya listrik, dan sebagainya.	Rupiah (Rp)/Kg

Tabel 3. (lanjutan)

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Pengukuran Variabel
Biaya produksi	Jumlah dari semua biaya-biaya yang dibutuhkan dalam proses memproduksi suatu barang (total dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya <i>overhead</i> pabrik)	Rupiah (Rp)/Kg
Biaya administrasi	Biaya yang dikeluarkan untuk administrasi perusahaan, yang meliputi gaji karyawan administrasi, biaya pajak perusahaan, biaya urusan perusahaan, dan sebagainya	Rupiah (Rp)/Kg
Biaya pemasaran	Biaya yang dikeluarkan selama penjualan produk sampai ditangan konsumen, yang meliputi biaya distribusi produk, biaya publikasi di media, biaya tenaga kerja pemasaran, dan sebagainya.	Rupiah (Rp)/Kg
Biaya non produksi	Biaya yang dikeluarkan selain dari biaya produksi, yang merupakan penjumlahan dari biaya pemasaran dan biaya administrasi.	Rupiah (Rp)/Kg
Total biaya	Semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan, baik biaya produksi maupun biaya non produksi.	Rupiah (Rp)/Kg
Volume produksi	Total produk yang dihasilkan oleh perusahaan dalam kurun waktu tertentu.	Unit/Tahun
Volume penjualan	Total produk yang dapat dijual oleh perusahaan dalam kurun waktu tertentu.	Unit/Tahun
Laba kotor	Keuntungan dari perusahaan yang dilihat dari pengurangan antara penerimaan dan biaya bahan baku langsung sebelum dikurangi biaya <i>overhead</i> pabrik dan biaya tenaga kerja langsung	
Laba bersih	Keuntungan dari perusahaan dimana penerimaan yang didapatkan oleh perusahaan telah dikurangi dengan total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam memproduksi barang tersebut sampai di tangan konsumen.	

Table 3. (lanjutan)

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Pengukuran Variabel
Harga pokok produksi	Total biaya produksi yang melekat pada produk yang dihasilkan yaitu, meliputi biaya-biaya yang dikeluarkan mulai dari pengadaan bahan baku sampai dengan proses akhir produk yang siap dijual (meliputi penjumlahan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya <i>overhead</i> pabrik) yang dihitung persatuan produk atau kemasan.	Rupiah (Rp)/Kg
Margin profit	Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dibandingkan dengan penjualan yang dicapai berdasarkan selisih dari biaya yang dikeluarkan dengan pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk perusahaan.	Persen(%) / volume produksi perbulan
Rekayasa nilai (Value engineering)	Modifikasi biaya pada perusahaan dengan cara merubah atau memindah beberapa komponen yang berhubungan dengan biaya dalam memproduksi barang tersebut agar biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi produk tersebut dapat efisien, tanpa mengurangi kualitas dari produk yang dihasilkan.	Rupiah (Rp)/Kg
Biaya standar	Biaya yang ditentukan diawal sebelum penentuan laba dan harga jual dari produk yang dihasilkan.	Rupiah (Rp)/Kg
Efisiensi biaya	Tingkat pengendalian biaya atau pengeluaran yang dikeluarkan oleh perusahaan dengan biaya minimum untuk memproduksi produk yang telah ditetapkan, tanpa menurunkan kualitas dari produk yang dihasilkan.	Rupiah (Rp)/Kg

IV. METODE PENELITIAN

4.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan secara kuantitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan oleh peneliti dalam menganalisis perhitungan biaya untuk metode biaya standar dan metode *target costing*. Perhitungan biaya standar meliputi perhitungan volume produksi, volume penjualan, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik dan biaya-biaya non produksi. Selain untuk menghitung biaya standar, metode kuantitatif juga digunakan untuk menghitung biaya, sehingga biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat efisien.

4.2 Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini merupakan studi tentang *target costing* yang dilakukan pada UD Rimbaku yang terletak di Jl. Minsuarso No. 47, Sisir, Kecamatan Batu, Kota Batu, Jawa Timur. Metode penentuan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja atau *purposive* dengan pertimbangan bahwa UD Rimbaku merupakan salah satu perusahaan pengolahan makanan ringan, yaitu keripik yang belum dapat mencapai target laba yang diinginkan oleh perusahaan dikarenakan banyaknya perusahaan pesaing yang memproduksi produk sejenis. Banyaknya perusahaan pesaing inilah yang mengakibatkan perusahaan tidak dapat menentukan harga jual sesuai dengan keinginan perusahaan. Produk yang sudah mulai dikenal oleh masyarakat luas juga merupakan salah satu pertimbangan dipilihnya UD Rimbaku sebagai lokasi penelitian ini. berdasar pada pertimbangan tersebut, maka penelitian ini dilaksanakan di UD Rimbaku yang diharapkan penelitian ini dapat memberikan solusi bagi perusahaan agar dapat mencapai target laba yang diinginkan. Adapun waktu penelitian dilakukan pada bulan Februari sampai dengan April 2018.

4.3 Teknik Penentuan Responden

Penentuan responden yang dipilih sebagai sumber informasi adalah *informant* yang memiliki pengetahuan paling luas terkait kegiatan produksi, penjualan yang dilakukan oleh perusahaan sampai dengan keuangan yang ada di UD Rimbaku. Berdasarkan hal tersebut yang merupakan *informant* dari UD Rimbaku adalah pemilik perusahaan yang mengerti semua informasi yang ada di perusahaan.

4.4 Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang diambil pada penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau bilangan. Data kuantitatif yang dikumpulkan oleh peneliti meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik, dan sebagainya. Sumber data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Tujuan wawancara dalam penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi mengenai fakta dan opini yang berhubungan dengan kegiatan produksi dan penjualan keripik kentang yang ada di UD Rimbaku, serta terkait biaya-biaya produksi yang digunakan dalam produksi keripik kentang di UD Rimbaku. Wawancara dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan secara langsung kepada pemilik perusahaan atau *informant* terkait dengan biaya-biaya yang digunakan untuk kegiatan produksi, volume produksi, volume penjualan, dan semua yang terkait dengan topik yang diteliti. Wawancara dilakukan dengan menggunakan kuisioner, dimana kuisioner yang digunakan hanya sebagai acuan bagi penulis dalam mengajukan pertanyaan secara langsung tanpa memberikan kuisioner kepada *informant*.

2. Observasi

Observasi dilakukan secara langsung dengan tujuan agar mendapatkan wawasan yang lebih luas dan mendetail mengenai sistem kerja perusahaan, proses produksi dan aktivitas-aktivitas yang berkaitan dengan produksi keripik kentang yang ada pada UD Rimbaku. Observasi dilakukan untuk mengamati kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam memproduksi keripik kentang dari seberapa besar bahan baku yang digunakan dalam satu kali produksi, cara memproduksi sampai dengan alat-alat yang digunakan dalam kegiatan produksi. Kegiatan observasi juga bertujuan untuk melengkapi data yang tidak dilakukan pada saat wawancara.

3. Dokumentasi

Tujuan kegiatan dokumentasi dalam penelitian ini adalah untuk mendukung dan menambah data-data serta dokumen-dokumen yang relevan dengan topik yang diteliti. Kegiatan dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil gambar data-data yang relevan dengan topik seperti data biaya-biaya yang digunakan dalam kegiatan

produksi, struktur organisasi, dan sebagainya yang masuk dalam topik yang dibahas dalam penelitian ini.

4.5 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Metode biaya standar

Metode biaya standar yang dilakukan pada penelitian ini digunakan untuk menganalisis komponen biaya-biaya produksi keripik kentang yang dilakukan oleh UD Rimbaku pada tahun 2016 dan 2017. Hal ini dikarenakan metode perhitungan biaya yang dilakukan oleh UD Rimbaku menggunakan metode biaya standar yang selanjutnya akan dibandingkan oleh peneliti dengan metode *target costing*. Perhitungan biaya yang dilakukan dengan menggunakan metode biaya standar ini terkait biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik dan biaya non produksi. Perhitungan yang dilakukan pada metode biaya standar adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung biaya bahan baku per kemasan kripik kentang yang diproduksi pada tahun 2016 dan 2017, dengan cara membagi antara total biaya bahan baku langsung dengan total produksi yang dihasilkan pada tahun 2016 dan 2017.

$$\text{Biaya Bahan Baku (per Kemasan)} = \frac{\text{Total biaya bahan baku}}{\text{Total produksi}}$$

- b. Menghitung biaya tenaga kerja per kemasan keripik kentang yang diproduksi oleh UD Rimbaku pada tahun 2016 dan 2017, dengan cara membagi antara biaya tenaga kerja langsung dengan total produksi keripik kentang pada tahun 2016 dan 2017.

$$\text{Biaya tenaga kerja langsung (per Kemasan)} = \frac{\text{Biaya Tenaga Kerja Langsung}}{\text{Total Produksi}}$$

- c. Menghitung biaya *overhead* pabrik per kemasan keripik kentang yang diproduksi pada tahun 2016 dan 2017. perhitungan biaya *overhead* pabrik dilakukan dengan cara membagi antara biaya *overhead* pabrik dengan total produksi. Biaya *overhead* pabrik terdiri atas biaya pendukung, biaya listrik, biaya pemeliharaan alat produksi dan sebagainya.

$$\text{Biaya bahan penolong (per Kemasan)} = \frac{\text{biaya bahan penolong}}{\text{total produksi}}$$

$$\text{Biaya tidak langsung lainnya (per Kemasan)} = \frac{\text{biaya tidak langsung lainnya}}{\text{total produksi}}$$

$$\text{Biaya penyusutan alat} = \frac{\text{harga awal} - \text{harga akhir}}{\text{umur ekonomis}}$$

$$\text{Biaya overhead pabrik (per Kemasan)} = \frac{\text{total biaya overhead pabrik}}{\text{total produksi}}$$

- d. Menghitung biaya non produksi per kemasan keripik kentang yang diproduksi pada tahun 2016 dan 2017. Perhitungan biaya non produksi dilakukan dengan cara menjumlahkan biaya penjualan per kemasan dan biaya administrasi per kemasan. Biaya penjualan per kemasan diperoleh dari pembagian biaya penjualan dengan total produksi. Sedangkan untuk biaya administrasi per kemasan didapatkan dari membagi antara biaya administrasi dengan total produksi.

$$\text{Biaya Penjualan (per Kemasan)} = \frac{\text{biaya penjualan}}{\text{total produksi}}$$

$$\text{Biaya administrasi (per Kemasan)} = \frac{\text{biaya administrasi}}{\text{volume produksi}}$$

$$\text{Biaya non produksi (per Kemasan)} = \text{biaya penjualan per kemasan} + \text{biaya administrasi per kemasan}$$

- e. Menghitung total biaya per kemasan pada tahun 2016 dan 2017. Perhitungan total biaya dilakukan dengan menjumlahkan semua biaya yang digunakan dalam kegiatan produksi keripik kentang. Total biaya per kemasan terdiri dari biaya produksi per kemasan dan biaya non produksi per kemasan.

$$\text{Total Biaya (per kemasan)} = \text{Biaya Produksi (per kemasan)} + \text{Biaya Non Produksi (per kemasan)}$$

- f. Menghitung keuntungan yang diterima oleh perusahaan pada tahun 2016 dan 2017. Perhitungan laba dilakukan dengan cara pengurangan laba kotor yang diterima oleh perusahaan dengan total biaya non produksi. Sedangkan laba kotor didapatkan dari pengurangan penjualan dengan harga pokok produksi.

$$\text{Penjualan} = \text{Harga jual produk} \times \text{Jumlah penjualan}$$

$$\text{Harga Pokok Produksi} = \text{Total Biaya Produksi}$$

$$\text{Laba Kotor} = \text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Produksi}$$

$$\text{Laba Bersih} = \text{Laba Kotor} - \text{Total Biaya Non Produksi}$$

- g. Menghitung margin profit produk keripik kentang pada tahun 2016 dan 2017. Perhitungan dilakukan dengan cara mengurangi harga jual produk per kemasan dengan biaya total per kemasan dan hasil yang diperoleh dikalikan dengan 100%

$$\text{Margin profit (per kemasan)} = ((\text{Harga jual (per kemasan)} - \text{Biaya Total (per kemasan)}) / \text{Harga jual (per kemasan)}) \times 100\%$$

2. Metode *Target Costing*

Metode *target costing* yang dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk memberikan rekomendasi terhadap perusahaan terkait dengan perhitungan biaya produksi yang dirasa efisien dan dapat mencapai target laba yang diinginkan oleh perusahaan. Data yang digunakan dalam metode ini adalah data produksi keripik kentang pada tahun 2016 dan 2017. Tahapan yang dilakukan dalam analisis *target costing* ini adalah sebagai berikut:

- Menentukan harga jual dari produk yang diproduksi oleh UD Rimbaku. Harga jual yang ditetapkan sebaiknya harga yang mampu bersaing dengan produk sejenis.
- Menentukan target laba yang diinginkan oleh perusahaan dari hasil penjualan keripik kentang.
- Menentukan target biaya yang efisien yang didasarkan pada harga jual yang ditetapkan dan target laba yang diinginkan oleh perusahaan.

$$\text{Target Biaya} = \text{Harga Jual Produk} - \text{Laba yang diharapkan perusahaan}$$

$$\text{TCx} = \text{Px} - \text{Mx}$$

Keterangan:

$$\text{TCx} = \text{Target Biaya produk per unit}$$

$$\text{Px} = \text{Harga Jual produk per unit}$$

$$\text{Mx} = \text{Laba produk per unit (target profit x harga jual/satuan)}$$

- Menghitung total biaya produksi untuk memproduksi keripik kentang yang dihitung dengan menggunakan metode *target costing*. Perhitungan total biaya produksi dengan cara mengurangi total penjualan dengan laba yang diharapkan oleh perusahaan.

$$\text{Total Biaya Produksi} = \text{Total Penjualan} - \text{Laba yang diharapkan}$$

- e. Melakukan rekayasa nilai pada produk keripik kentang yang dianalisis dengan menggunakan metode *target costing*. Tujuan dari rekayasa nilai ini adalah untuk mengefisienkan biaya-biaya agar target laba yang diterima oleh perusahaan dapat tercapai tanpa mengurangi kualitas produk yang dihasilkan.

3. Analisis Komparatif Deskriptif

Analisis komparatif deskriptif merupakan analisis yang dilakukan untuk membandingkan metode biaya standar dan metode *target costing*. Perbandingan yang dilakukan untuk melihat manakah dari keduanya yang dapat menghasilkan biaya lebih efisien dan dapat meningkatkan laba yang diterima oleh perusahaan. Hasil dari perbandingan ini dapat diketahui metode manakah yang lebih baik untuk diterapkan oleh perusahaan untuk mengefisienkan biaya yang digunakan dalam kegiatan produksi keripik kentang dan dapat memenuhi target laba yang diinginkan oleh perusahaan. Selain itu dengan perbandingan ini dapat digunakan sebagai rekomendasi perusahaan dalam menentukan metode perhitungan biaya yang digunakan oleh perusahaan.

4. Analisis Peningkatan Laba dengan Peningkatan Penjualan

Analisis peningkatan laba yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan rata-rata (*Average Approach*). Dalam pendekatan ini, perhitungan laba per unit dilakukan dengan membandingkan antara biaya produksi rata-rata dengan harga jual output. Laba total adalah laba per unit dikalikan dengan jumlah output yang terjual.

Keuntungan Yang Diharapkan = (Harga Jual Produk – Biaya) x Total Penjualan

Berdasarkan persamaan tersebut, perusahaan akan mencapai laba bila harga jual per unit output lebih tinggi dibandingkan dengan biaya per unit. Perusahaan hanya mencapai angka impas bila harga jual sama dengan biaya per unit produk.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

5.1.1 Sejarah Umum Perusahaan

UD Rimbaku didirikan oleh Bapak Nur Rachman pada tahun 2003 yang berusia 45 tahun. Pembentukan perusahaan UD Rimbaku berawal dari keinginan dari bapak Nur Rachman untuk mengolah hasil kentang budidayanya sendiri, sehingga dapat meningkatkan nilai tambah dan meningkatkan harga jual dari kentang yang di produksi oleh bapak Nur Rachman.

Pada awal berdirinya UD Rimbaku ini, Bapak Rachman hanya mengolah produk keripik kentang dengan menggunakan alat seadanya, atau menggunakan tenaga manual. Pada tahun 2004 UD Rimbaku telah mempunyai surat ijin usaha dari dinas perindustrian dan perdagangan Kota Batu dan juga mempunyai jaminan keamanan makanan yang dikeluarkan oleh departemen kesehatan untuk menjamin kualitas produknya. Pada tahun 2005 UD Rimbaku mulai membeli peralatan produksi untuk membantu kegiatan produksi. Mesin yang dibeli pada tahun 2005 ini adalah mesin penggorengan. Pada tahun-tahun selanjutnya UD Rimbaku mulai menambah jumlah dan varian mesin yang digunakan dalam kegiatan produksi, contohnya adalah mesin perajang, mesin pengupas, dll.

Pada tahun 2006, Bapak Nur Rachman ingin mengembangkan usahanya, tidak hanya pada bidang pengolahan keripik kentang tetapi pada pengolahan keripik buah. Pada tahun 2007 UD Rimbaku memulai usaha pengolahan keripik buah. Keinginan dari bapak Nur Rachman tidak berhenti pada pengolahan keripik buah saja, tetapi bapak Nur Rachman juga ingin mengembangkan usaha yang dirintis oleh beliau. Pada tahun 2010 bapak Nur Rachman mulai melakukan inovasi pada keripik kentang yang diproduksinya dengan menambahkan rasa-rasa, sehingga rasa yang ada pada keripik kentang buatan UD Rimbaku tidak hanya rasa original saja.

Keripik kentang rimbaku dikemas dengan sederhana menggunakan plastik bening. Keripik kentang rimbaku dijual dengan netto 80 gr dan 160 gr, dengan harga jual masing-masing sebesar Rp. 12.000 dan Rp. 17.000. Pemasaran dari keripik kentang Rimbaku meliputi Jawa Timur, Jakarta, dan Bali. Pemasaran di wilayah Jawa Timur meliputi kota Batu, Malang, Surabaya, Jember, Pasuruan, dll.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh UD Rimbaku yaitu dengan membuka outlet di jalan utama dari kota Malang menuju alun-alun kota Batu, selain itu pemasaran UD Rimbaku juga dengan cara menitipkan barang kepada outlet-outlet yang memiliki ekonomi pemasaran yang baik, yang dilihat dari pencapaian penjualan dalam setiap bulannya. Outlet yang memiliki ekonomi pemasaran yang kurang baik, perusahaan tidak akan menitipkan barangnya kembali di outlet tersebut. Pemasaran UD Rimbaku juga tidak hanya menjual pada outlelya dan menitipkan di outlet-outlet saja, melainkan UD Rimbaku juga menggunakan jasa distributor untuk menjual produk yang diproduksinya. Pada beberapa tahun terakhir produk UD Rimbaku sudah masuk di Indomart. Meskipun produk dari UD Rimbaku sudah masuk di indomart, akan tetapi wilayah yang dimasuki hanya pada 2 DC, yaitu DC Malang dan DC Jember. Hal ini dikarenakan perusahaan hanya dapat memenuhi kebutuhan produk dari 2 DC tersebut.

5.1.2 Tata Letak dan Lokasi Penelitian

UD Rimbaku adalah salah satu agroindustry yang berkerja dibidang pengolahan hasil pertanian yang diubah menjadi keripik. Tempat produksi dari UD Rimbaku sendiri terletak di jalan Muchamad Saha No. 47, Sisir, Kecamatan Batu, Kota Batu, Jawa Timur. Sedangkan alamat toko dari UD Rimbaku, dengan nama toko yaitu toko Tino berada di jalan Diponegoro No. 84, Sisir, Kecamatan Batu, Kota Batu, Jawa Timur. Penentuan lokasi toko berada di jalan Diponegoro No. 84 dikarenakan pada jalan tersebut merupakan jalan utama dari arah kota Malang menuju alun-alun kota Batu, sehingga wisatawan yang berkunjung ke kota Batu akan melewati lokasi toko dari UD Rimbaku.

5.1.3 Visi Misi dan Tujuan Perusahaan

A. Visi

Menjadi perusahaan terbesar dan terlengkap dalam memproduksi berbagai macam olahan keripik untuk memberikan nilai tambah pada produk pertanian.

B. Misi

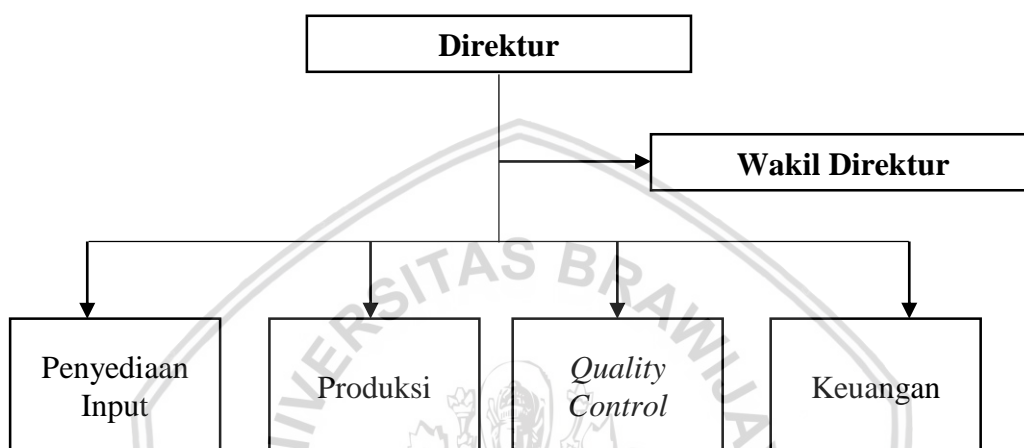
- a. Mengolah produk pertanian yang melimpah untuk meningkatkan harga jual
- b. Menghasilkan olahan keripik yang memiliki cita rasa tinggi, bermutu, sehat dan enak.
- c. Terus berinovasi dalam menciptakan produk yang berdaya jual tinggi

C. Tujuan Jangka Pendek Perusahaan

Tujuan jangka pendek perusahaan adalah membuat mesin pengering sendiri agar produksi tidak hanya bergantung dari keadaan cuaca, sehingga dapat meningkatkan produksi dalam satu bulan dan dapat memenuhi seluruh permintaan yang ada.

5.1.4 Struktur Organisasi

Struktur organisasi yang ada pada UD Rimbaku adalah sebagai berikut:



Skema 3. Struktur Organisasi

Berdasarkan struktur organisasi pada skema 3, rincian kerja yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Direktur

Pada perusahaan UD Rimbaku, yang berperan menjadi direktur adalah pemilik dari UD Rimbaku sendiri, yaitu bapak Nur Rachman. Direktur pada UD Rimbaku adalah orang yang mengepalai seluruh kegiatan produksi sampai dengan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Direktur memiliki wewenang untuk mengatur serta mengendalikan seluruh kegiatan produksi maupun non produksi yang berkaitan dengan perusahaan UD Rimbaku. Direktur juga memiliki wewenang dalam pembentukan kebijakan-kebijakan yang ada pada UD Rimbaku.

2. Wakil Direktur

Wakil Direktur yang ada di perusahaan UD Rimbaku memiliki wewenang untuk membantu seorang Direktur (pemilik) dalam melakukan tugas-tugasnya. Wakil Direktur juga melakukan control sebagian-bagian yang berada di bawahnya, seperti pada penyediaan input, produksi, *quality control*, dan keuangan agar kegiatan yang berada pada setiap divisi dapat berjalan dengan baik. Wakil Direktur

juga memiliki wewenang dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh UD Rimbaku. Setiap rencana kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh UD Rimbaku akan diseleksi terlebih dahulu oleh Wakil Direktur sebelum diserahkan kepada Direktur.

3. Penyediaan Input

Bagian penyediaan input bertanggung jawab dalam menyediakan input bagi perusahaan agar bahan baku yang akan digunakan dalam kegiatan produksi tidak mengalami keterlambatan pasokan atau kekurangan bahan baku. Bagian penyediaan input juga menyeleksi pengepul bahan baku yang akan melakukan kegiatan kemitraan dengan UD Rimbaku.

4. Produksi

Bagian produksi memiliki tanggung jawab dalam semua kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan produksi yang dilakukan oleh UD Rimbaku agar kegiatan produksi dapat berjalan dengan lancar. Bagian produksi juga memiliki wewenang dalam pengusulan produk baru yang akan diproduksi oleh UD Rimbaku.

5. *Quality Control*

Bagian *quality control* memiliki tanggung jawab dalam pengendalian kualitas produk yang dihasilkan oleh UD Rimbaku. Bagian *quality control* juga bertanggung jawab pada kualitas bahan baku yang akan digunakan dalam kegiatan produksi. Penentuan kualitas bahan baku yang digunakan dalam kegiatan produksi bekerja sama dengan bagian penyediaan input, agar bahan baku yang akan di ambil oleh bagian penyediaan input memiliki kualitas yang sesuai dengan standart yang ditetapkan oleh perusahaan. Bagian *quality control* juga mengatur SOP dalam kegiatan produksi yang dilakukan oleh UD Rimbaku, seperti lama pengeringan bahan baku, lama perebusan, dll.

6. Keuangan

Bagian keuangan bertanggung jawab dalam pembukuan keuangan, dan keuangan yang ada pada perusahaan, baik pengeluaran maupun penerimaan pada UD Rimbaku. Pembukuan keuangan yang dilakukan oleh bagian keuangan selanjutnya akan dilaporkan setiap bulannya kepada Direktur untuk bahan evaluasi pada UD Rimbaku.

5.1.5 Tenaga Kerja

Dalam suatu perusahaan harus memiliki tenaga kerja yang memadai untuk melakukan proses produksinya agar produksi yang dilakukan oleh perusahaan dapat berjalan dengan baik. Tenaga kerja di UD Rimbaku menggunakan system pengupahan yaitu yang dihitung secara harian. UD Rimbaku memiliki total jumlah tenaga kerja sebanyak 37 orang. Tidak semua karyawan bekerja di dalam kegiatan produksi, melainkan juga dalam kegiatan lain. Pembagian tenaga kerja pada UD Rimbaku adalah sebagai berikut:

1. Bagian *Packing* : 8 Orang
2. Bagian Rendemen : 5 Orang
3. Bagian Produksi : 20 Orang
4. Sales : 1 Orang
5. Supir : 1 Orang
6. Karyawan Toko : 2 Orang

Tenaga kerja pada UD Rimbaku juga terdiri dari tenaga kerja pria dan tenaga kerja wanita. Tenaga kerja wanita pada UD Rimbaku berjumlah 27 orang, sedangkan tenaga kerja pria sebanyak 10 orang.

5.1.6 Produk UD Rimbaku

UD Rimbaku memproduksi berbagai macam produk keripik. Produk-produk olahan yang diproduksi oleh UD Rimbaku hanya menggunakan bahan baku sayur yaitu kentang dan juga buah-buahan. Kemasan yang digunakan untuk mengemas produk olahan dari UD Rimbaku bermacam-macam. Baik dari kemasan 80gr, 130gr dan 250gr, tidak semua produk yang diproduksi oleh UD Rimbaku memiliki semua ukuran di atas. UD Rimbaku juga melayani perusahaan yang *merepacking* produk dari UD Rimbaku, akan tetapi kuantitas yang dijual untuk *repacking* hanya sebagian kecil dari produk yang dihasilkan. Penjualan keripik untuk *repacking* dijual dengan ukuran per kilogram. Macam-macam produk yang dihasilkan oleh UD Rimbaku adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Jenis-Jenis Produk Yang Diproduksi UD Rimbaku

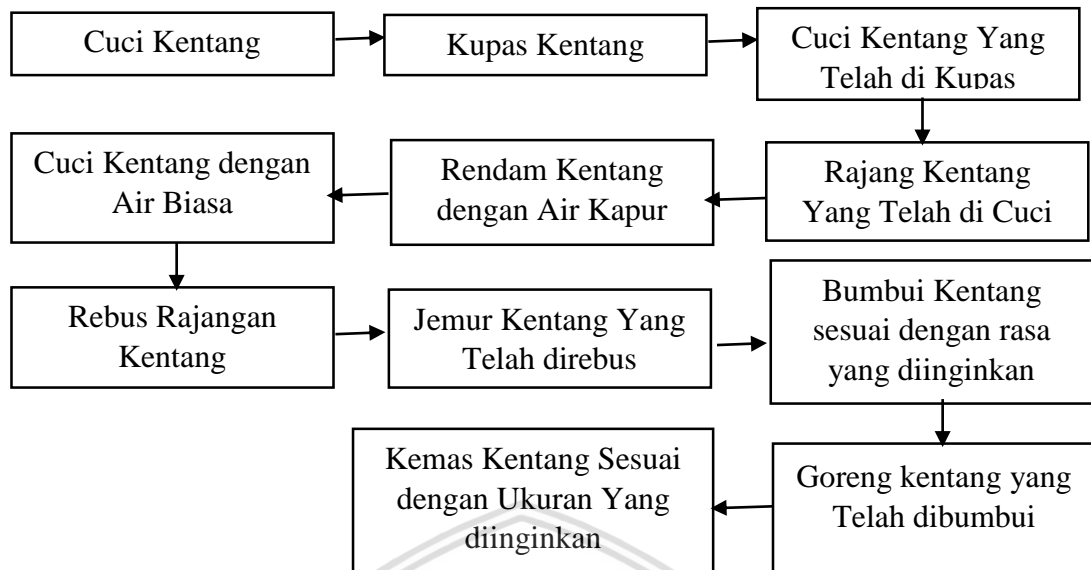
Produk	Rasa
Keripik Kentang	Barbekyu Original Bawang Cuka
Keripik Nangka	Original
Keripik Apel	Original
Keripik Salak	Original
Keripik Nanas	Original
Keripik kelapa	Original

Sumber: Data Primer 2018

Produk-produk yang disebutkan pada Tabel 4, merupakan produk yang diproduksi sendiri oleh UD Rimbaku tanpa terkecuali. Apabila permintaan dari suatu produk sangat tinggi dan perusahaan tidak dapat memenuhi kebutuhan pasar pada periode tertentu maka UD Rimbaku membeli keripik dari perusahaan lain yang selanjutnya dikemas ulang menggunakan label Rimbaku. Pembelian produk dari perusahaan lain ini untuk memenuhi kebutuhan pasar, agar pasar yang sudah terbentuk tidak mengalami keterlambatan stok. Pembelian produk dari perusahaan lain tidak dibeli dari segala perusahaan, melainkan memilih perusahaan yang memiliki kualitas produk yang baik. Pemilihan produk yang baik dari perusahaan lain agar produk yang dikemas ulang oleh UD Rimbaku tidak berbeda jauh dari produk yang diproduksi sendiri oleh UD Rimbaku.

5.1.7 Tahapan Proses Produksi Keripik Kentang

Proses produksi yang dilakukan oleh UD Rimbaku memiliki tahapan-tahapan yang harus dilakukan, agar produk yang dihasilkan dari proses produksi memiliki kualitas yang sesuai dengan standar perusahaan. Kentang yang digunakan oleh UD Rimbaku dalam produksinya menggunakan kentang dengan varietas Granola yang di produksi di daerah jurang kuali, Batu. Penentuan kentang dengan varietas Granola yang diproduksi di jurang kuali dikarenakan kentang jenis ini memiliki cita rasa yang lebih enak dibandingkan dengan kentang dengan varietas lain. Meskipun kentang dari jurang kuali memiliki cita rasa yang lebih enak dibandingkan dengan kentang dari varietas lain, harga jual dari kentang jurang kuali juga lebih tinggi dibandingkan dengan kentang-kentang dengan varietas lain. Tahapan-tahapan dalam proses produksi kerpik kentang granola yang diproduksi di jurang kuali adalah sebagai berikut:



Skema 4. Alur Pembuatan Kripik Kentang

Langkah-langkah pembuatan Kripik Kentang:

1. Cuci bersih kentang yang akan diolah menjadi kripik kentang agar pada saat pengupasan kentang, tidak terdapat kotoran yang dapat menurunkan kualitas kentang yang akan diolah.
2. Kupas kulit kentang yang telah dicuci bersih menggunakan alat pengupas atau pisau
3. Cuci kentang yang telah dikupas sampai bersih agar pada saat perajangan tidak terdapat kotoran yang menempel
4. Rajang kentang yang telah dicuci bersih tadi menggunakan alat perajang agar ketebalan kentang seimbang antara satu rajangan dengan rajangan yang lain.
5. Hasil rajangan kentang di rendam dalam air kapur selama 30 menit agar tekstur dari rajangan kentang menjadi kaku.
6. Setelah perendaman rajangan kentang dengan air kapur selama 30 menit, rajangan kentang diangkat dan selanjutnya dicuci bersih dan direndam dengan menggunakan air biasa.
7. Rajangan kentang yang telah dicuci selanjutnya direbus dan ditiriskan agar air yang ada di dalam kentang berkurang. Rajangan kentang yang telah ditiriskan direndam kembali dengan menggunakan air dingin selama 1 malam.
8. Jemur rajangan kentang yang telah direndam air dingin tadi menggunakan sinar matahari langsung. Agar kualitas kentang yang dijemur baik, kripik kentang

yang jemur tidak boleh terlalu cepat kering maupun terlalu lama kering. Waktu pengeringan yang baik adalah selama kurang lebih 3 hari.

9. Kentang yang telah kering dilakukan pembumbuan dan selanjutnya dijemur kembali selama beberapa saat agar bumbu dapat meresap kedalam keripik kentang.
10. Kentang yang telah dibumbui digoreng menggunakan mesin penggoreng agar kentang dapat matang dengan sempurna.
11. Keripik kentang yang telah matang selanjutnya ditiriskan dan dikemas sesuai dengan ukuran kemasan yang diinginkan.

5.2 Analisis Penentuan Biaya Standar

Analisis biaya standar (*standard costing*) merupakan metode analisis biaya untuk mengetahui pengeluaran biaya produksi keripik kentang yang digunakan oleh UD Rimbaku. Penggunaan metode biaya standar oleh UD Rimbaku ini untuk mengetahui HPP dari kegiatan produksi keripik kentang. Biaya-biaya yang ada dalam metode biaya standar dibagi menjadi empat bagian, yaitu: biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik dan biaya non-produksi. UD Rimbaku menentukan biaya-biaya tersebut sebelum menentukan harga jual yang ditetapkan pada setiap produk. Apabila perhitungan biaya standar yang dilakukan oleh UD Rimbaku tinggi maka harga jual dari produk yang dihasilkan oleh UD Rimbaku juga tinggi atau menurunkan keuntungan yang diterima oleh perusahaan. Hasil perhitungan biaya standar inilah yang menentukan harga jual dari UD Rimbaku.

5.2.1 Total Produksi, Volume Penjualan, dan Harga Jual

Perhitungan biaya standar yang dilakukan oleh UD Rimbaku diawali dari penentuan total produksi, volume penjualan yang di produksi oleh perusahaan UD Rimbaku untuk menentukan harga pokok penjualan (HPP) dan selanjutnya menentukan harga jual keripik kentang. Harga jual dari UD Rimbaku tidak sepenuhnya dapat ditentukan secara langsung oleh UD Rimbaku, tetapi juga melihat harga jual kompetitor. Data yang diunakan dalam analisis biaya standar ini menggunakan data produksi dan volume produksi keripik kentang pada tahun 2016 dan 2017. Berikut data terkait total produksi dan volume penjualan dari UD Rimbaku pada tahun 2016 dan 2017.

Tabel 5. Volume Produksi Keripik Kentang Tahun 2016

Bulan	Produksi 2016	
	Kemasan 80gr	Kemasan 130gr
Januari	0	-
Februari	0	0
Maret	6.916	9.932
April	6.308	9.059
Mei	6.281	9.018
Juni	5.582	8.014
Juli	3.217	4.620
Agustus	6.043	8.676
September	5.363	7.700
Oktober	0	0
November	0	0
Desember	0	0
Total Produksi	39.710 Pcs	57.019 Pcs

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Pada Tabel 5 dapat dilihat bahwa total produksi kemasan 80gr dan 130gr pada tahun 2016 secara berurutan adalah sebanyak 39.710 kemasan, dan 57.019 kemasan. Produksi Terbesar terjadi pada bulan Maret dengan total produksi sebesar 6.916 untuk kemasan 80gr dan 9.932 untuk kemasan 130gr.

Tabel 6. Volume Produksi Keripik Kentang Tahun 2017

Bulan	Produksi 2017	
	Kemasan 80gr	Kemasan 130gr
Januari	0	0
Februari	0	0
Maret	0	0
April	5.870	8.428
Mei	6.697	9.615
Juni	3.175	4.561
Juli	3.822	5.488
Agustus	4.787	6.874
September	6.131	8.804
Oktober	5.842	8.388
November	0	0
Desember	0	0
Total Produksi	36.324 Pcs	52.158 Pcs

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 6, pada tahun 2017 produksi kemasan 80gr adalah sebesar 36.324 kemasan dan kemasan 130gr adalah sebesar 52.158 kemasan. Data total produksi yang tercantum pada Tabel 6 menunjukkan bahwa total produksi pada tahun 2017 lebih rendah dibandingkan pada tahun 2016. Penurunan produksi ini dikarenakan ketersediaan bahan baku pada tahun 2016 lebih banyak dibandingkan

pada tahun 2017. Perusahaan UD Rimbaku tidak memproduksi keripik kentang setiap bulan. Hal ini dikarenakan UD Rimbaku hanya memproduksi keripik kentang pada bulan kering atau kemarau saja, sedangkan pada bulan basah atau penghujan, perusahaan UD Rimbaku memproduksi keripik buah saja. Menurut pemilik perusahaan produksi keripik kentang tidak setiap bulan dikarenakan untuk pengeringan dari keripik kentang menggunakan sinar matahari secara langsung. Meskipun UD Rimbaku memiliki mesin pengering, tetapi mesin pengering tersebut hanya digunakan untuk produksi keripik buah saja. Penggunaan mesin pengering pada produksi keripik kentang menurut pemilik perusahaan hanya akan meningkatkan biaya produksinya saja, sehingga keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan akan menurun. Hal inilah yang menyebabkan UD Rimbaku hanya memproduksi keripik kentang pada musim kemarau saja, dan memaksimalkan produksi keripik kentang pada bulan-bulan tersebut untuk meningkatkan stok barang yang ada di gudang UD Rimbaku.

Pada tahun 2016, produksi keripik kentang terendah terjadi pada bulan juli. Menurut perusahaan penurunan jumlah produksi pada bulan juli ini dikarenakan bertepatan dengan hari raya Idul Fitri, sehingga tenaga kerja yang bekerja di UD Rimbaku tidak bekerja penuh selama 1 bulan. Hal inilah yang menyebabkan perusahaan tidak dapat memaksimalkan produksi pada bulan juli.

Pada tahun 2017 produksi terendah terjadi pada bulan juni. Penurunan produksi pada bulan juni dikarenakan bertepatan dengan hari raya Idul Fitri. Pada bulan selanjutnya yaitu bulan juli dan agustus, perusahaan juga belum dapat memaksimalkan produksinya. Menurut pemilik perusahaan pada bulan juli dan agustus pada tahun 2017, perusahaan tidak dapat memaksimalkan produksinya dikarenakan ketersediaan bahan baku untuk pembuatan keripik kentang rendah, dan *supplier* yang biasa memasok bahan baku UD Rimbaku tidak dapat memenuhi kebutuhan dari perusahaan.

Kapasitas maksimal produksi satu kali produksi adalah sebesar 800 kg kentang mentah yang akan menghasilkan 80 kg keripik kentang mentah dan 104 kg keripik kentang matang. Meskipun kapasitas maksimal produksi dalam satu kali produksi sebesar 800 kg, perusahaan tidak selalu produksi 800 kg kentang mentah dalam satu

kali produksi, tergantung dari ketersediaan bahan baku dari kentang yang diterima oleh perusahaan dari pemasok.

Produksi yang dilakukan oleh UD Rimbaku selama 7 bulan ini untuk memenuhi kebutuhan konsumen selama 1 tahun. Sebagian hasil produksi selama 7 bulan ini nantinya akan digunakan sebagai stok barang digudang dan dipasarkan ketika perusahaan tidak melakukan kegiatan produksi keripik kentang. Hasil produksi selama 7 bulan ini selalu habis setiap tahunnya, bahkan perusahaan UD Rimbaku pernah mengalami kehabisan stok dari keripik kentang dan tidak dapat memenuhi kebutuhan permintaan keripik kentang rimbaku. Berikut merupakan table volume penjualan keripik kentang UD Rimbaku pada tahun 2016 dan 2017.

Tabel 7. Volume Penjualan Keripik Kentang 2016

Bulan	Volume Penjualan 2016	
	Kemasan 80gr	Kemasan 130gr
Januari	3.680	5.233
Februari	2.963	4.285
Maret	2.978	4.302
April	3.329	4.770
Mei	3.307	4.752
Juni	3.296	4.792
Juli	3.519	4.927
Agustus	3.540	5.247
September	2.983	4.310
Oktober	3.036	4.292
November	3.379	4.839
Desember	3.700	5.270
Total Penjualan	39.710 Pcs	57.019 Pcs

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Volume penjualan dari produk keripik kentang UD Rimbaku berfluktuatif setiap bulannya. Rata-rata penjualan kemasan 80gr pada 2016 adalah sebesar 3.309, sedangkan untuk kemasan 130gr adalah sebesar 4.751 kemasan. Total penjualan yang terjadi selama satu tahun untuk kemasan 80gr adalah sebesar 39.710 dan untuk kemasan 130gr adalah sebesar 57.019 kemasan. Berikut merupakan Tabel volume penjualan tahun 2017.

Tabel 8. Volume Penjualan Keripik Kentang 2017

Bulan	Volume Penjualan 2017	
	Kemasan 80gr	Kemasan 130gr
Januari	3.260	4.683
Februari	2.833	4.072

Tabel 8. (Lanjutan)

Bulan	Volume Penjualan 2017	
	Kemasan 80gr	Kemasan 130gr
Maret	2.798	4.021
April	3.026	4.346
Mei	3.061	4.329
Juni	3.097	4.402
Juli	3.024	4.355
Agustus	3.317	4.749
September	2.785	4.075
Oktober	2.820	4.051
November	3.016	4.346
Desember	3.287	4.729
Total Penjualan	36.324	52.158

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Pada tahun 2017 volume penjualan untuk kemasan 80gr adalah sebesar 3027 kemasan, sedangkan untuk kemasan 130gr adalah sebesar 4346 kemasan. Peningkatan penjualan secara signifikan produk keripik kentang UD Rimbaku terjadi pada bulan Januari, Agustus dan Desember. Peningkatan volume penjualan pada bulan Januari, Agustus, Desember terjadi pada setiap tahunnya. Peningkatan pada bulan Januari dan Desember disebabkan karena pada bulan tersebut banyak wisatawan yang berkunjung ke kota Batu, sehingga terjadi peningkatan jumlah permintaan dari produk keripik kentang UD Rimbaku. Selain peningkatan pada bulan-bulan tersebut, perusahaan juga mengalami peningkatan pada bulan juli 2016 dan bulan juni 2017. Peningkatan penjualan pada bulan tersebut dikarenakan bertepatan dengan hari raya Idul Fitri yang mengakibatkan meningkatnya penjualan meskipun tidak secara signifikan.

Harga jual dari produk keripik kentang yang ditetapkan oleh UD rimbaku untuk kemasan 80gr adalah sebesar Rp. 12.000,00, sedangkan untuk kemasan 130gr perusahaan menetapkan harga sebesar Rp. 17.000,00. Perusahaan menetapkan harga jual tersebut dilihat dari HPP dari masing-masing kemasan. Selain melihat dari HPP produk keripik kentang, perusahaan juga menentukan harga jual produk keripik kentang dari harga pesaing. Hal inilah yang menyebabkan perusahaan masih belum dapat mencapai target laba yang diinginkan yaitu sebesar 20%.

5.2.2 Biaya Bahan Baku Langsung

Bahan baku langsung yang digunakan untuk memproduksi keripik kentang di UD Rimbaku adalah kentang jurang kual. Penggunaan kentang jurang kual

dikarenakan kentang jenis ini memiliki citarasa yang lebih baik dibandingkan dengan kentang jenis lain yang ada di pasaran. Selain itu penggunaan kentang jurang kuali dikarenakan sentra produksi kentang ini terdapat di daerah Bumiaji, kota Batu, sehingga perpindahan bahan baku tidak terlalu jauh dan penurunan kualitas dari kentang pada saat penyaluran bahan baku dapat diminimalisir.

Kualitas kentang jurang kuali lebih baik dibandingkan dengan kentang jenis lain untuk dijadikan keripik kentang, akan tetapi harga dari kentang jurang kuali sendiri relatif lebih tinggi dibandingkan dengan kentang jenis lain yang ada di pasaran. Harga bahan baku kentang jurang kuali pada tahun 2016 adalah sebesar Rp. 8.000,00 sedangkan pada tahun 2017 adalah sebesar Rp. 8.500,00. Kapasitas maksimal produksi keripik kentang pada perusahaan UD Rimbaku adalah sebanyak 800kg kentang jurang kuali mentah. Setiap produksi keripik kentang, perusahaan tidak selalu menggunakan 800kg kentang mentah untuk di olah menjadi keripik kentang. Penentuan jumlah besarnya bahan baku yang digunakan dilihat dari ketersediaan bahan baku yang didapatkan oleh bagian penyediaan input dan juga jumlah hari kerja efektif dalam satu bulan.

Perusahaan UD Rimbaku membeli bahan baku kentang jurang kuali dari *supplier* yang telah bekerja sama dengan bagian penyediaan input. Perusahaan mengambil bahan baku dari *supplier* setiap 2 minggu sekali. Pengambilan bahan baku setiap 2 minggu sekali untuk menekan biaya pengiriman dari bahan baku, sehingga dalam satu kali pengambilan bahan baku untuk 2 minggu kegiatan produksi hanya membutuhkan satu biaya transport untuk pengiriman bahan baku. Berikut merupakan Tabel biaya bahan baku langsung yang digunakan oleh UD rimbaku untuk kegiatan produksi keripik kentang.

Tabel 9. Total Biaya Bahan Baku 2016

Bulan	Total Biaya Bahan Baku 2016		
	Kemasan 80gr	Kemasan 130gr	Total
Januari	Rp -	Rp -	Rp -
Februari	Rp -	Rp -	Rp -
Maret	Rp 34,048,000.00	Rp 79,456,000.00	Rp 113,504,000.00
April	Rp 31,056,000.00	Rp 72,472,000.00	Rp 103,528,000.00
Mei	Rp 30,920,000.00	Rp 72,144,000.00	Rp 103,064,000.00
Juni	Rp 27,480,000.00	Rp 64,112,000.00	Rp 91,592,000.00
Juli	Rp 15,840,000.00	Rp 36,960,000.00	Rp 52,800,000.00
Agustus	Rp 29,752,000.00	Rp 69,408,000.00	Rp 99,160,000.00
September	Rp 26,400,000.00	Rp 61,600,000.00	Rp 88,000,000.00

Tabel 9. (Lanjutan)

Bulan	Total Biaya Bahan Baku 2016		
	Kemasan 80gr	Kemasan 130gr	Total
Oktober	Rp -	Rp -	Rp -
November	Rp -	Rp -	Rp -
Desember	Rp -	Rp -	Rp -
Total Biaya 1 Tahun	Rp 195.496.000	Rp 456.152.000	Rp 651.648.000

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 9, dapat diketahui bahwa total biaya bahan baku langsung kemasan 80gr dan 130gr pada tahun 2016 secara berurutan adalah sebesar Rp 195,496,000.00 dan Rp 456,152,000.00, sehingga total keseluruhan biaya bahan baku langsung pada tahun 2016 adalah sebesar Rp 651,648,000.00. Kebutuhan bahan baku kentang jurang kualiti pada tahun 2016 adalah sebesar 81.456 kg kentang dengan pembagian untuk produksi kemasan 80gr sebesar 24.437 kg dan untuk kemasan 130gr sebesar 57.019 kg.

Tabel 10. Total Biaya Bahan Baku 2017

Bulan	Total Biaya Bahan Baku 2016		
	Kemasan 80gr	Kemasan 130gr	Total
Januari	Rp -	Rp -	Rp -
Februari	Rp -	Rp -	Rp -
Maret	Rp -	Rp -	Rp -
April	Rp 30,702,000.00	Rp 71,638,000.00	Rp 102,340,000.00
Mei	Rp 35,028,500.00	Rp 81,727,500.00	Rp 116,756,000.00
Juni	Rp 16,609,000.00	Rp 38,768,500.00	Rp 55,377,500.00
Juli	Rp 19,992,000.00	Rp 46,648,000.00	Rp 66,640,000.00
Agustus	Rp 25,041,000.00	Rp 58,429,000.00	Rp 83,470,000.00
September	Rp 32,070,500.00	Rp 74,834,000.00	Rp 106,904,500.00
Oktober	Rp 30,557,500.00	Rp 71,298,000.00	Rp 101,855,500.00
November	Rp -	Rp -	Rp -
Desember	Rp -	Rp -	Rp -
Total Biaya 1 Tahun	Rp 190,000,500.00	Rp 443,343,000.00	Rp 633,343,500.00

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 10, dapat diketahui bahwa pada tahun 2017 total biaya produksi untuk kemasan 80gr dan 130gr secara berurutan adalah sebesar Rp 190,000,500.00 dan Rp 443,343,000.00, sehingga total keseluruhan biaya bahan baku langsung sebesar Rp 633,343,500.00. Kebutuhan bahan baku kentang jurang kualiti pada tahun 2017 adalah sebesar 74.511 kg dengan pembagian untuk

memproduksi kemasan 80gr sebesar 22.353kg kentang dan untuk kemasan 130gr sebesar 52.158 kg.

Biaya bahan baku langsung pada tahun 2017 lebih sedikit dibandingkan dengan biaya bahan baku langsung pada 2016 dikarenakan total produksi pada tahun 2017 lebih kecil dibandingkan dengan total produksi pada tahun 2016. Biaya bahan baku langsung perbulan yang paling tinggi terjadi pada tahun 2016 adalah pada bulan maret. Tingginya biaya bahan baku langsung pada bulan maret ini dikarenakan jumlah produksi pada bulan tersebut paling besar dibandingkan dengan bulan-bulan lain pada tahun 2016. Pada tahun 2017 biaya bahan baku langsung perbulan paling tinggi terdapat pada bulan Mei.

Berdasarkan data biaya bahan baku langsung yang ada pada Tabel 9 dan Tabel 10, dapat dihitung biaya bahan baku langsung perkemasan untuk kemasan 80gr dan kemasan 130gr pada tahun 2016 dan 2017. Perhitungan biaya perkemasan dapat dihitung dari total biaya bahan baku masing-masing kemasan dibagi dengan total produksi kemasan tersebut. Berikut adalah perhitungan biaya bahan baku langsung untuk kemasan 80gr dan 130gr pada tahun 2016 dan 2017.

1. Biaya Bahan Baku kemasan 80gr (2016) $= \frac{\text{Biaya Bahan Baku}}{\text{Total Produksi}}$

$$\text{Biaya Bahan Baku Kemasan 80gr (2016)} = \frac{\text{Rp } 195,496,000.00}{39.710}$$

$$= \text{Rp } 4.923,00$$
2. Biaya Bahan Baku kemasan 130gr (2016) $= \frac{\text{Biaya Bahan Baku}}{\text{Total Produksi}}$

$$\text{Biaya Bahan Baku Kemasan 130gr (2016)} = \frac{\text{Rp } 456,152,000.00}{57.019}$$

$$= \text{Rp } 8.000,00$$
3. Biaya Bahan Baku kemasan 80gr (2017) $= \frac{\text{Biaya Bahan Baku}}{\text{Total Produksi}}$

$$\text{Biaya Bahan Baku Kemasan 80gr (2017)} = \frac{\text{Rp } 190,000,500.00}{36.324}$$

$$= \text{Rp } 5.230,00$$
4. Biaya Bahan Baku Kemasan 130gr (2016) $= \frac{\text{Biaya Bahan Baku}}{\text{Total Produksi}}$

$$\begin{aligned}\text{Biaya Bahan Baku Kemasan 130gr (2016)} &= \frac{\text{Rp } 443,343,000.00}{52.158} \\ &= \text{Rp } 8.500,00\end{aligned}$$

Berdasarkan rincian perhitungan biaya bahan baku langsung perkemasan, didapatkan hasil biaya bahan baku langsung yang digunakan dalam kegiatan produksi keripik kentang pada perusahaan UD Rimbaku untuk kemasan 80gr dan 130gr pada tahun 2016 adalah Rp. 4.923,00 dan Rp. 8.000,00. Biaya produksi pada tahun 2017 untuk kemasan 80gr dan 130gr adalah sebesar Rp. 5.230,00 dan Rp. 8.500,00. Biaya bahan baku langsung pada tahun 2017 lebih tinggi dibandingkan dengan tahun 2016. Hal ini dikarenakan terjadinya peningkatan harga kentang pada 2017 sebesar Rp. 500,00 per kilogramnya.

5.2.3 Biaya Tenaga kerja Langsung

Tenaga kerja langsung yang digunakan oleh UD rimbaku dalam kegiatan produksi dan pemasaran keripik kentang adalah sebanyak 33 orang. Tenaga kerja sebanyak 33 orang tersebut terbagi menjadi 8 orang pria dan 25 orang wanita yang memiliki tugas berbeda-beda, yaitu: bagian *packing*, bagian rendemen, dan bagian produksi. Jumlah tenaga kerja pada bagian *packing* adalah sebanyak 8 orang dengan 6 orang wanita dan 2 orang pria. Tenaga kerja yang bekerja di bagian rendemen sebanyak 5 orang dengan 2 orang pria. Tenaga kerja pada bagian produksi memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 20 orang dengan jumlah pria sebanyak 4 orang.

Tenaga kerja bagian *packing*, rendemen dan bagian produksi, diberikan upah harian oleh perusahaan UD Rimbaku, sedangkan untuk supir, sales, dan karyawan toko diberikan upah bulanan. Hari operasional untuk bagian *packing*, rendemen dan produksi dalam satu tahun pada tahun 2016 adalah sebanyak 165 hari dalam 7 bulan, sedangkan pada tahun 2017 sebanyak 158 hari dalam 7 bulan. jumlah hari kerja pada tiga bagian tersebut berdasarkan dari kegiatan produksi yang dilakukan oleh UD Rimbaku untuk kegiatan produksi keripik kentang saja. Tenaga kerja harian diberikan upah untuk laki-laki sebesar 60.000 dan untuk wanita sebesar 40.000. Berikut ini merupakan Tabel jumlah total keseluruhan biaya tenaga kerja langsung untuk kegiatan produksi dan pemasaran keripik kentang pada tahun 2016 dan 2017.

Tabel 11. Total Biaya Tenaga Kerja Langsung 2016-2017

Tahun	Total Biaya Tenaga Kerja Langsung
2016	Rp. 244,200,000,00
2017	Rp. 233,840,000,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 11, dapat diketahui total biaya tenaga kerja langsung untuk kegiatan produksi keripik kentang pada tahun 2016 adalah sebesar Rp. 244,200,000,00, sedangkan total biaya tenaga kerja langsung pada tahun 2017 adalah sebesar Rp. 233,840,000,00. Total biaya tenaga kerja langsung pada tahun 2017 lebih rendah dibandingkan dengan total biaya tenaga kerja langsung pada tahun 2016. Penurunan biaya pada tahun 2017 ini dikarenakan pada tahun 2017 jumlah hari kerja tenaga kerja bagian produksi, rendemen dan *packing* lebih sedikit dibandingkan dengan tahun 2017. Jumlah hari kerja yang lebih sedikit dibandingkan dengan tahun 2016 dikarenakan jumlah produksi dan jumlah bahan baku yang diolah menjadi keripik kentang juga lebih rendah dibandingkan dengan tahun 2016.

Kegiatan produksi keripik kentang memerlukan waktu 2-3 hari agar kentang mentah dapat menjadi kentang siap kemas. Pada kegiatan produksi keripik kentang pada bulan kering atau pada musim kemarau, perusahaan tidak menunggu satu proses produksi selesai, tetapi memasukkan input hampir di setiap harinya pada bulan tersebut. Hal ini dikarenakan untuk memaksimalkan produksi agar stok barang yang dimiliki oleh perusahaan UD Rimbaku dapat memenuhi kebutuhan permintaan keripik kentang dalam satu tahun.

Berdasarkan total produksi pada Tabel 11, dapat diketahui biaya tenaga kerja langsung perkemasan baik untuk kemasan 80gr maupun 130gr di setiap tahunnya. Berikut merupakan perhitungan biaya tenaga kerja langsung pada tahun 2016 dan 2017.

$$1. \text{ Biaya Tenaga Kerja Langsung/kemasan (2016)} = \frac{\text{Biaya Tenaga Kerja Langsung}}{\text{Total Produksi}}$$

$$\begin{aligned} \text{Biaya Tenaga Kerja Langsung/kemasan (2016)} &= \frac{\text{Rp. 244,200,000,00}}{96.729} \\ &= \text{Rp 2.525,00} \end{aligned}$$

$$2. \text{ Biaya Tenaga Kerja Langsung/kemasan (2017)} = \frac{\text{Biaya Tenaga Kerja Langsung}}{\text{Total Produksi}}$$

$$\begin{aligned}\text{Biaya Tenaga Kerja Langsung/kemasan (2017)} &= \frac{\text{Rp. 233,840,000,00}}{88.482} \\ &= \text{Rp 2.643,00}\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan biaya tenaga kerja langsung perkemasan di atas, didapatkan hasil biaya pada tahun 2016 adalah sebesar Rp. 2.525,00 perkemasan, sedangkan pada tahun 2017 adalah sebesar Rp. 2.643,00 perkemasan baik untuk kemasan 80gr maupun kemasan 130gr. Meskipun total biaya tenaga kerja langsung pada tahun 2017 lebih rendah dibandingkan dengan total biaya tenaga kerja langsung tahun 2016, akan tetapi biaya tenaga kerja langsung perkemasan tahun 2017 lebih besar dibandingkan dengan biaya tenaga kerja langsung perkemasan pada tahun 2016. Hal ini dapat terjadi karena total produksi pada tahun 2017 lebih sedikit dibandingkan dengan 2016. Pembagi yang lebih sedikit pada 2017 inilah yang mengakibatkan biaya tenaga kerja langsung perkemasan pada tahun 2017 lebih tinggi dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

5.2.4 Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik merupakan biaya penunjang dalam kegiatan produksi keripik kentang selain biaya-biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya *overhead* pabrik dibagi menjadi 3, yaitu, biaya bahan baku tidak langsung (bahan penolong), tenaga kerja tidak langsung dan biaya tidak langsung lainnya. Perusahaan UD Rimbaku tidak memiliki tenaga kerja tidak langsung, sehingga biaya tenaga kerja tidak langsung pada biaya *overhead* pabrik dihilangkan. Biaya bahan penolong yang digunakan oleh UD Rimbaku dalam kegiatan produksi keripik kentang adalah bawang putih, garam, dan minyak. Besarnya bahan penolong yang digunakan dalam kegiatan produksi keripik kentang tergantung dari seberapa besar jumlah kentang yang akan diolah menjadi keripik kentang. Berikut merupakan biaya bahan penolong yang digunakan oleh UD Rimbaku untuk memproduksi masing-masing kemasan pada tahun 2016 dan 2017.

Tabel 12. Bahan Penolong kemasan 80gr dan 130gr Th. 2016

Bahan	Kemasan 80gr	Kemasan 130gr
bawang putih	Rp. 3,825,000.00	Rp. 8,925,000.00
Garam	Rp. 490,000.00	Rp. 1,140,000.00
Minyak	Rp. 17,325,000.00	Rp. 40,414,500.00
Total	Rp. 21,640,000.00	Rp. 50,479,500.00

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 12 biaya bahan penolong yang digunakan dalam kegiatan produksi keripik keentang untuk kemasan 80gr dan 130gr pada tahun 2016 adalah sebesar Rp. 21,640,000.00 dan Rp. 50,479,500.00. Biaya bahan penolong terbesar yang dikeluarkan oleh UD Rimbaku adalah untuk pembelian minyak. Pengeluaran yang digunakan untuk pembelian minyak pada kegiatan produksi keripik kentang adalah sebesar Rp. 57.739.500. Minyak digunakan untuk kegiatan pemasakan keripik kentang. Penggantian minyak yang digunakan dalam produksi keripik kentang dilakukan secara teratur, agar kualitas keripik kentang yang dihasilkan baik dan tidak terasa serik di tenggorokan. Hal inilah yang menyebabkan pengeluaran biaya untuk minyak relative tinggi.

Tabel 13. Bahan Penolong kemasan 80gr dan 130gr Th. 2017

Bahan	Kemasan 80gr	Kemasan 130gr
bawang putih	Rp. 3,500,000.00	Rp. 8,150,000.00
Garam	Rp. 448,000.00	Rp. 1,044,000.00
Minyak	Rp. 16,599,000.00	Rp. 38,731,000.00
Total	Rp. 20,547,000.00	Rp. 47,925,000.00

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 13 biaya bahan penolong yang digunakan dalam kegiatan produksi keripik kentang untuk kemasan 80gr dan 130gr pada tahun 2017 adalah sebesar Rp. 20,547,000.00 dan Rp. 47,925,000.00. Biaya bahan penolong yang digunakan dalam kegiatan produksi keripik kentang pada tahun 2016 lebih tinggi dibandingkan dengan pada tahun 2017, dikarenakan total produksi pada tahun 2016 lebih besar daripada tahun 2017. Meskipun harga minyak lebih tinggi pada tahun 2017 akan tetapi total biaya bahan penolong yang digunakan oleh UD Rimbaku pada tahun 2016 lebih besar dibandingkan dengan 2017, dikarenakan jumlah bahan penolong yang digunakan oleh UD Rimbaku juga lebih besar. Berikut merupakan perhitungan biaya *overhead* bahan penolong perkemasan pada kemasan 80gr dan 130gr tahun 2016 dan 2017.

- Biaya Bahan Penolong kemasan 80gr (2016) = $\frac{\text{Biaya Bahan Penolong}}{\text{Total Produksi}}$

Biaya Bahan Penolong Kemasan 80gr (2016) = $\frac{\text{Rp. 21,640,000.00}}{39.710}$

= Rp 545,00
- Biaya Bahan Penolong kemasan 130gr (2016) = $\frac{\text{Biaya Bahan Penolong}}{\text{Total Produksi}}$

$$\text{Biaya Bahan Penolong Kemasan 130gr (2016)} = \frac{\text{Rp. 50,479,500.00}}{57.019}$$

$$= \text{Rp 885,00}$$

$$3. \text{ Biaya Bahan Penolong kemasan 80gr (2017)} = \frac{\text{Biaya Bahan Penolong}}{\text{Total Produksi}}$$

$$\text{Biaya Bahan Penolong Kemasan 80gr (2017)} = \frac{\text{Rp. 20,547,000.00}}{36.324}$$

$$= \text{Rp 566,00}$$

$$4. \text{ Biaya Bahan Penolong kemasan 130gr (2016)} = \frac{\text{Biaya Bahan Penolong}}{\text{Total Produksi}}$$

$$\text{Biaya Bahan Penolong Kemasan 130gr (2016)} = \frac{\text{Rp. 47,925,000.00}}{52.158}$$

$$= \text{Rp 919,00}$$

Berdasarkan perhitungan biaya bahan penolong perkesmasan, meskipun total biaya bahan penolong pada tahun 2016 lebih besar dibandingkan pada tahun 2017, perhitungan biaya perkemasan tahun 2017 lebih besar dibandingkan dengan tahun 2016. Hal ini dikarenakan pada tahun 2017 harga bahan penolong minyak mengalami kenaikan harga sebesar Rp. 500,00 per liter. Hal inilah yang menyebabkan biaya bahan penolong perkemasan pada tahun 2017 lebih besar dibandingkan pada tahun 2016..

Biaya selanjutnya yang masuk dalam biaya *overhead* pabrik adalah biaya tidak langsung lainnya. Biaya tidak langsung lainnya yang masuk dalam biaya *overhead* pabrik contohnya adalah penyusutan peralatan, pajak bumi dan bangunan, kemasan, dan lain-lain. Pada biaya tidak langsung lainnya, penulis membedakan biaya tidak langsung lainnya menjadi dua bagian, yaitu biaya tidak langsung lainnya dan biaya tidak langsung (kemasan). Pembagian biaya tidak langsung lainnya menjadi 2 dikarenakan pada biaya tidak langsung (kemasan) dapat dihitung biaya perkemasan antara kemasan 80gr dan kemasan 130gr, sedangkan biaya tidak langsung lainnya tidak dapat dibedakan biaya perkemasan antara 80gr dan 130gr. Oleh karena itu, penulis membedakan biaya tidak langsung lainnya menjadi 2 bagian. Berikut merupakan biaya tidak langsung lainnya dan biaya tidak langsung (kemasan).

Tabel 14. Biaya Tidak Langsung Lainnya

No.	Jenis Biaya	Total Biaya 2016	Total Biaya 2017
1	Penyusutan Peralatan	Rp. 4,263,666.67	Rp. 4,263,666.67
2	Pajak Bumi dan Bangunan	Rp. 400,000.00	Rp. 400,000.00
3	Biaya Listrik	Rp. 1,470,000.00	Rp. 1,470,000.00
4	Biaya Pemeliharaan Alat	Rp. 1,050,000.00	Rp. 1,050,000.00
5	Biaya Gas	Rp. 11,200,000.00	Rp. 10,500,000.00
Total		Rp. 18,383,666.67	Rp. 17,683,666.67

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 14 dapat diketahui bahwa total biaya tidak langsung lainnya pada tahun 2016 adalah sebesar Rp. 18,383,666.67, sedangkan pada tahun 2017 adalah sebesar Rp. 17,683,666.67. Biaya terbesar yang ditanggung oleh perusahaan pada tahun 2016 dan 2017 adalah biaya gas. Gas merupakan bahan utama agar produk keripik kentang mentah dapat diolah menjadi keripik kentang matang siap kemas. Biaya gas pada tahun 2016 lebih besar dibandingkan dengan biaya gas pada tahun 2017 dikarenakan jumlah hari kerja untuk memproduksi keripik kentang pada tahun 2016 lebih banyak dibandingkan dengan tahun 2017. Berikut merupakan perhitungan biaya tidak langsung lainnya perkemasan pada tahun 2016 dan 2017.

$$\begin{aligned}
 1. \text{ Biaya Tidak Langsung Lainnya (2016)} &= \frac{\text{Biaya Tidak Langsung Lainnya}}{\text{Total Produksi}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 18,383,666.67}}{96.729} \\
 &= \text{Rp 190,00}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 2. \text{ Biaya Tidak Langsung Lainnya (2017)} &= \frac{\text{Biaya Tidak Langsung Lainnya}}{\text{Total Produksi}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 17,683,666.67}}{88.482} \\
 &= \text{Rp 200,00}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan biaya tidak langsung perkemasan dapat diketahui bahwa biaya tidak langsung perkemasan tahun 2016 lebih kecil sebesar Rp. 10,00 dibandingkan dengan tahun 2017. Pada biaya tidak langsung lainnya di dalam *overhead* pabrik terdapat perhitungan biaya penyusutan alat. Alat yang digunakan dalam kegiatan produksi keripik kentang akan dijelaskan pada Tabel berikut, berserta dengan perhitungan biaya penyusutan alat.

Tabel 15. Biaya Penyusutan Alat.

No	Jenis Alat	Jumlah	Harga Awal	Harga Akhir	Umur Ekonomis	Total Biaya
1	panci besar	8	150.000	25.000	5	200.000
2	panci kecil	8	60.000	15.000	5	72.000
3	Mesin Perajang	3	12.000.000	3.000.000	20	1.350.000
4	Penggorengan	15	1.000.000	-	10	1.500.000
5	blender	1	150.000	25.000	3	41.666
6	baskom	10	8.000	-	2	40.000
7	timbangan	2	150.000	30.000	4	60.000
8	alat kemas	2	1.000.000	-	15	133.333
9	mesin pengupas	2	6.000.000	1.000.000	20	500.000
10	keranjang	20	75.000	20.000	3	366.666
Total Biaya Penyusutan Peralatan						4.263.666

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan pada tabel 15, menunjukkan bahwa total biaya penyusutan alat pada setiap tahun yang dibebankan kepada harga jual produk keripik kentang adalah sebesar Rp. 4.263.666,00. Total biaya penyusutan alat tersebut dibebankan untuk produk keripik kentang baik kemasan 80gr maupun kemasan 130gr. Kemasan merupakan tempat yang digunakan untuk wadah dari keripik kentang matang untuk dipasarkan kepada konsumen. Kemasan yang digunakan oleh perusahaan UD Rimbaku adalah plastik dan stiker / label. Plastik yang digunakan untuk kemasan keripik kentang UD Rimbaku adalah plastik *polypropylene* dengan ketebalan 0.1mm. Penggunaan plastik ini agar dapat menjaga kualitas dari keripik kentang yang diproduksi. Berikut ini Tabel biaya tidak langsung (kemasan) 80gr dan 130gr pada tahun 2016 dan 2017.

Tabel 16. Biaya Tidak langsung (Kemasan) Tahun 2016

No.	Jenis Biaya	Kemasan 80gr	Kemasan 130gr
1	Plastik Bening	Rp. 21.840.500,00	Rp. 39.913.300,00
2	Stiker/Label	Rp. 11.913.000,00	Rp. 28.509.500,00
Total		Rp. 33.753.500,00	Rp. 68.422.800,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Tabel 17. Biaya Tidak langsung (Kemasan) Tahun 2017

No.	Jenis Biaya	Kemasan 80gr	Kemasan 130gr
1	Plastik Bening	Rp. 19,978,200	Rp. 36,510,600
2	Stiker/Label	Rp. 10,897,200	Rp. 26,079,000
Total		Rp. 30,875,400	Rp. 62,589,600

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 16 dan Tabel 17 dapat diketahui bahwa pada tahun 2016 total biaya tidak langsung (kemasan) untuk kemasan 80gr adalah sebesar Rp. 33.753.500,00 dan untuk kemasan 130gr adalah sebesar Rp. 68.422.800,00. Pada tahun 2017 biaya tidak langsung (kemasan) untuk kemasan 80gr adalah sebesar Rp. 30,875,400 dan untuk kemasan 130gr adalah sebesar Rp. 62,589,600. Perbedaan biaya kemasan 80gr dan 130gr dikarenakan perbedaan ukuran pada kemasan yang digunakan. Kemasan yang digunakan untuk 130gr lebih besar dibandingkan dengan kemasan untuk 80gr. Selain itu, jumlah kemasan yang digunakan dalam 1 tahun juga mempengaruhi total biaya tidak langsung (kemasan). Berikut merupakan perhitungan biaya tidak langsung (kemasan) per kemasan pada tahun 2016 dan 2017.

1. Biaya Tidak Langsung kemasan 80gr (2016) = $\frac{\text{Biaya Bahan Penolong}}{\text{Total Produksi}}$

$$\text{Biaya Tidak Langsung Kemasan 80gr (2016)} = \frac{\text{Rp. 33.753.500,00}}{39.710}$$

$$= \text{Rp 850,00}$$
2. Biaya Tidak Langsung kemasan 130gr (2016) = $\frac{\text{Biaya Bahan Penolong}}{\text{Total Produksi}}$

$$\text{Biaya Tidak Langsung Kemasan 130gr (2016)} = \frac{\text{Rp. 68.422.800,00}}{57.019}$$

$$= \text{Rp 1.200,00}$$
3. Biaya Tidak Langsung kemasan 80gr (2017) = $\frac{\text{Biaya Bahan Penolong}}{\text{Total Produksi}}$

$$\text{Biaya Tidak Langsung Kemasan 80gr (2017)} = \frac{\text{Rp. 30,875,400}}{36.324}$$

$$= \text{Rp 850,00}$$
4. Biaya Tidak Langsung kemasan 130gr (2016) = $\frac{\text{Biaya Bahan Penolong}}{\text{Total Produksi}}$

$$\text{Biaya Tidak Langsung Kemasan 130gr (2016)} = \frac{\text{Rp. 62,589,600}}{52.158}$$

$$= \text{Rp 1.200,00}$$

Berdasarkan perhitungan di atas dapat diketahui bahwa biaya tidak langsung (kemasan) perkemasan pada tahun 2016 dan 2017 memiliki jumlah biaya yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada perubahan harga pada tahun 2016 sampai 2017. Biaya tidak langsung (kemasan) untuk kemasan 80gr adalah sebesar Rp. 850,00, sedangkan pada kemasan 130gr adalah sebesar Rp. 1.200,00.

Berdasarkan data biaya bahan baku tidak langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung, dan biaya tidak langsung lainnya, didapatkan data total biaya *overhead* pada tahun 2016 dan 2017. Berdasarkan data tersebut pula, didapatkan hasil biaya *overhead* perkemasan untuk kemasan 80gr dan 130gr. Berikut merupakan Tabel total biaya *overhead* pabrik setiap tahun dan biaya *overhead* perkemasan.

Tabel 18. Biaya *Overhead* Pabrik Tahun 2016-2017

Jenis Biaya	2016	2017
bahan baku tidak langsung (80gr)	Rp. 21.640.000	Rp. 20.547.000
bahan baku tidak langsung (130gr)	Rp. 50.479.500	Rp. 47.925.000
tenaga kerja tidak langsung	Rp. 73.200.000	Rp. 73.200.000
biaya tidak langsung lainnya	Rp. 18.363.666	Rp. 17.683.666
biaya kemasan (80gr)	Rp. 33.753.500	Rp. 30.875.400
biaya kemasan (130gr)	Rp. 68.422.800	Rp. 62.589.600
Total	Rp. 265.879.466	Rp. 252.820.666

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 18 dapat diketahui total biaya *overhead* pabrik pada tahun 2016 adalah sebesar Rp. 265.879.466,00. Pada tahun 2017 besar total biaya *overhead* pabrik adalah Rp. 252.820.666,00. Hal ini menunjukkan bahwa biaya *overhead* pabrik pada tahun 2016 lebih besar dibandingkan dengan tahun 2017.

Tabel 19. Biaya *Overhead* Pabrik Perkemasan Tahun 2016

Jenis Biaya	2016	
	80gr	130gr
bahan baku tidak langsung	Rp. 545,00	Rp. 885,00
tenaga kerja tidak langsung	Rp. 757,00	Rp. 757,00
biaya tidak langsung lainnya	Rp. 190,00	Rp. 190,00
biaya kemasan	Rp. 850,00	Rp. 1.200,00
Total	Rp. 2.342,00	Rp. 3.032,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Tabel 20. Biaya *Overhead* Pabrik Perkemasan Tahun 2017

Jenis Biaya	2017	
	80gr	130gr
bahan baku tidak langsung	Rp. 566,00	Rp. 919,00
tenaga kerja tidak langsung	Rp. 827,00	Rp. 827,00
biaya tidak langsung lainnya	Rp. 200,00	Rp. 200,00
biaya kemaan	Rp. 850,00	Rp. 1.200,00
Total	Rp. 2.443,00	Rp. 3.145,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 19 dan Tabel 20 menunjukkan bahwa total biaya *overhead* perkemasan tahun 2017 lebih tinggi dibandingkan dengan biaya *overhead* pada tahun 2016. Selisih biaya perkemasan pada tahun 2016 dan 2017 untuk kemasan 80gr adalah sebesar Rp. 101,00, sedangkan pada kemasan 130gr adalah sebesar Rp. 113,00. Pada perhitungan total biaya *overhead* pabrik pada tahun 2016 lebih tinggi dibandingkan dengan total biaya *overhead* pada tahun 2017, akan tetapi pada perhitungan perkemasan, biaya yang ditanggung perkemasan pada tahun 2017 lebih tinggi. Hal ini dikarenakan perbedaan jumlah produksi pada tahun 2016 dan 2017.

5.2.5 Biaya Non-Produksi

Biaya non-produksi merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan selain biaya produksi. Biaya non-produksi yang dikeluarkan oleh UD Rimbaku antaralain, biaya pemasaran, biaya transportasi, dan biaya pulsa. Biaya non-produksi ini berpengaruh dalam kelangsungan hidup perusahaan dikarenakan biaya non-produksi ini juga termasuk biaya pemasaran yang digunakan untuk memasarkan produk UD Rimbaku. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh UD rimbaku pada tahun 2016 untuk mengenalkan produk kepada masyarakat, yaitu dengan melakukan kegiatan pameran dan bekerjasama dengan agen trevel. Kerjasama dengan agen trevel ini bertujuan agar wisatawan yang berkunjung ke kota Batu akan diberhentikan di outlet UD Rimbaku untuk oleh-oleh dari kota Batu. Startegi pemasaran ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan dari produk UD Rimbaku. Pada tahun 2017 kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh UD Rimbaku adalah dengan mengikuti kegiatan pameran dan juga expo. Pada tahun 2017 ini perusahaan tidak bekerja sama dengan perusahaan travel dikarenakan kerjasama dengan agent revel tidak terlalu mempengaruhi penjualan dari UD Rimbaku. Berikut merupakan Tabel biaya non-produksi yang dikeluarkan oleh UD Rimbaku pada tahun 2016 dan 2017.

Tabel 21. Biaya Non-Produksi Tahun 2016

No.	Jenis Biaya	Total Biaya
1.	Biaya Pemasaran	Rp. 14.500.000,00
2.	Transportasi	Rp. 2.400.000,00
3.	Biaya Pulsa	Rp. 1.200.000,00
4.	Tenaga Kerja Pemasaran	Rp. 73.200.000,00
Total Biaya		Rp. 91.300.000,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Tabel 22. Biaya Non-Produksi Tahun 2017

No.	Jenis Biaya	Total Biaya
1.	Biaya Pemasaran	Rp. 5.000.000,00
2.	Transportasi	Rp. 2.400.000,00
3.	Biaya Pulsa	Rp. 1.200.000,00
4.	Tenaga Kerja Pemasaran	Rp. 73.200.000,00
Total Biaya		Rp. 81.800.000,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 21 dan Tabel 22 menunjukkan bahwa selisih total biaya pada tahun 2016 dan 2017 hampir mencapai Rp. 10.000.000,00. Hal ini dikarenakan pada tahun 2017 perusahaan UD Rimbaku tidak lagi bekerjasama dengan perusahaan trevel. Biaya terbesar pada tahun 2016 adalah pada biaya pemasaran, yaitu bekerjasama dengan perusahaan trevel dengan membayar uang sebesar Rp. 12.000.000,00, dalam satu tahun. Biaya transportasi yang dikeluarkan oleh perusahaan sejumlah Rp. 2.400.000,00, digunakan untuk mengirim produk dari UD Rimbaku kepada konsumen, baik dalam kota maupun luar kota. Pengiriman untuk wilayah Jawa Timur, dikirim langsung oleh supir dan sales yang dimiliki oleh UD Rimbaku.

Tenaga kerja yang masuk dalam biaya tenaga kerja pemasaran pada perusahaan UD Rimbaku berjumlah 4 orang, yang terbagi dalam 3 bagian. Bagian-bagian yang dikerjakan oleh 4 orang tersebut adalah 1 orang sebagai sales dari UD Rimbaku, 1 orang sopir, dan 2 orang karyawan toko. Sales dan sopir merupakan tenaga kerja pria dengan upah perbulan sebesar Rp. 1.800.000,00. 2 orang karyawan toko merupakan tenaga kerja wanita yang diberi upah dalam setiap bulan sebesar Rp. 1.250.000,00. tenaga kerja tidak langsung ini bekerja selama 12 bulan setiap tahunnya. Berdasarkan Tabel 19 dapat diketahui total biaya non- produksi pada tahun 2016 adalah sebesar Rp. 91.300.000,00. Total biaya non-produksi tahun 2017 yang terlihat dari Tabel 20 adalah sebesar Rp. 81.800.000,00.

Berdasarkan total biaya non-produksi yang dikeluarkan oleh UD Rimbaku pada tahun 2016 dan 2017, dapat dihitung total biaya non-produksi perkemasan tahun 2016 dan 2017. Berikut merupakan perhitungan biaya non-produksi perkemasan pada tahun 2016 dan 2017.

$$1. \text{ Biaya Non-Produksi Perkemasan (2016)} = \frac{\text{Biaya Non-Produksi Perkemasan}}{\text{Total Produksi}}$$

$$\text{Biaya Non-Produksi Perkemasan (2016)} = \frac{\text{Rp. 91.300.000,00}}{96.729}$$

$$= \text{Rp 944,00}$$

$$2. \text{ Biaya Non-Produksi Perkemasan (2017)} = \frac{\text{Biaya Non-Produksi Perkemasan}}{\text{Total Produksi}}$$

$$\text{Biaya Non-Produksi Perkemasan (2017)} = \frac{\text{Rp. 81.800.000,00}}{88.482}$$

$$= \text{Rp 925,00}$$

Berdasarkan perhitungan di atas dapat diketahui bahwa biaya non-produksi perkemasan pada tahun 2016 adalah sebesar Rp 944,00, dan pada tahun 2017 sebesar Rp 925,00. Biaya non-produksi perkemasan inilah yang nantinya akan dibebankan pada harga jual dari produk keripik kentang.

5.2.6 Perhitungan Total Biaya per Kemasan

Total biaya yang dimaksudkan dalam subbab ini adalah keseluruhan biaya baik dari biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik, dan juga dari biaya non-produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan. Total biaya yang ada pada Tabel ini merupakan total biaya keseluruhan yang dikeluarkan oleh UD Rimbaku pada tahun 2016 dan 2017. Berikut merupakan Tabel perhitungan total biaya yang dikeluarkan oleh UD Rimbaku pada tahun 2016 dan 2017.

Tabel 23. Total Biaya Tahun 2016-2017

Keterangan	Tahun	
	2016	2017
Biaya Bahan Baku Langsung	Rp. 651.648.000,00	Rp. 633.343.500,00
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 244.200.000,00	Rp. 233.840.000,00
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp. 192.679.466,00	Rp. 179.620.666,00
Biaya Non-Produksi	Rp. 91.300.000,00	Rp. 81.800.000,00
Total Biaya	Rp. 1.179.827.466,00	Rp. 1.128.604.166,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 23 memperlihatkan bahwa total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan pada tahun 2016 mencapai Rp. 1.179.827.466,00, sedangkan pada tahun 2017 adalah sebesar Rp. 1.128.604.166,00. Biaya yang dikeluarkan oleh UD Rimbaku untuk produksi keripik kentang saja sangat besar setiap tahunnya. Biaya terbesar yang dikeluarkan oleh perusahaan pada tahun 2016 dan 2017 adalah untuk pembelian bahan baku kentang. Lebih dari setengah dari total biaya yang dikeluarkan oleh UD Rimbaku hanya untuk pengadaan bahan baku. Pada tahun 2016 besarnya biaya untuk kebutuhan bahan baku mencapai 56%, sedangkan pada tahun 2017 mencapai 57%. Hal ini dikarenakan bahan baku kentang memiliki harga yang relative tinggi, sehingga biaya yang dibutuhkan untuk pembelian kentang juga tinggi. Total biaya keseluruhan di atas nantinya akan dihitung, untuk mengetahui total biaya keseluruhan tiap kemasan, untuk dibebankan kepada harga jual keripik kentang. Berikut merupakan perhitungan total biaya perkemasan untuk kemaan 80gr dan 130gr pada tahun 2016 dan 2017.

Tabel 24. Total Biaya Perkemasan Tahun 2016

Jenis Biaya	2016	
	80gr	130gr
Biaya Bahan Baku Langsung	Rp. 4.923,00	Rp. 8.000,00
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 2.525,00	Rp. 2.525,00
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp. 1.585,00	Rp. 2.275,00
Biaya Non-Produksi	Rp. 944,00	Rp. 944,00
Total	Rp. 9.977,00	Rp.13.744,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Tabel 25. Total Biaya Perkemasan Tahun 2017

Jenis Biaya	2017	
	80gr	130gr
Biaya Bahan Baku Langsung	Rp. 5.231,00	Rp. 8.500,00
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 2.643,00	Rp. 2.643,00
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp. 1.615,00	Rp. 2.318,00
Biaya Non-Produksi	Rp. 924,00	Rp. 924,00
Total	Rp.10.413,00	Rp.14.386,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 24 dan Tabel 25 menunjukkan total biaya perkemasan baik untuk kemasan 80gr dan 130gr pada tahun 2016 dan 2017. Pada tahun 2016 total biaya untuk kemasan 80gr adalah sebesar Rp.9.977,00 perkemasan, sedangkan untuk kemasan 130gr adalah sebesar Rp.13.744,00 perkemasan. Pada tahun 2017 total biaya perkemasan untuk kemasan 80gr adalah sebesar Rp.10.413,00, dan

untuk kemasan 130gr adalah sebesar Rp.14.386,00. Melihat dari data tersebut menunjukkan bahwa total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk tiap kemasan, pada tahun 2017 lebih besar dibandingkan dengan 2016. Kenaikan biaya perkemasan pada tahun 2017 ini tidak diimbangi dengan kenaikan harga jual dari produk keripik kentang UD Rimbaku, sehingga keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan mengalami penurunan. Kenaikan total biaya perkemasan untuk kemasan 80gr adalah sebesar Rp. 436,00, sedangkan untuk kemasan 130gr adalah sebesar Rp. 642,00.

5.2.7 Perhitungan Laba-Rugi

Perusahaan pada dasarnya memiliki tujuan untuk memperoleh keuntungan agar perusahaan yang dijalankannya dapat berjalan dengan lancar. Perusahaan berusaha menghasilkan keluaran yang lebih tinggi daripada biaya yang dikeluarkannya. Perhitungan laba-rugi dalam perusahaan sangat penting untuk dilakukan agar perusahaan dapat mengetahui kegiatan produksi yang dilakukan mendapatkan keuntungan atau malah mendapatkan kerugian. Perhitungan laba-rugi untuk produk keripik kentang pada perusahaan UD Rimbaku pada tahun 2016 dan 2017, akan di jelaskan pada Tabel berikut.

Tabel 26. Laba-Rugi Tahun 2016-2017

Komponen	Jumlah	
	2016	2017
Harga pokok produksi	Rp 1.008.527.467	Rp 1.046.804.167
Penjualan dalam setahun	Rp 1.445.843.000	Rp 1.322.574.000
Laba kotor	Rp 357.315.533	Rp 275.769.833
Biaya non-produksi	Rp 91.300.000	Rp 81.800.000
Laba bersih	Rp 266.015.533	Rp 193.969.883

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 26 perusahaan UD Rimbaku pada tahun 2016 dan 2017 mengalami keuntungan. Akan tetapi keuntungan yang didapatkan pada tahun 2017 mengalami penurunan sebesar Rp. 72.045.650,00. Penurunan yang dialami pada tahun 2017 ini dikarenakan penurunan produksi yang mengakibatkan terjadinya penurunan total penjualan. Selain penurunan produksi, masalah yang menyebabkan penurunan keuntungan pada tahun 2017 adalah kenaikan harga bahan baku dan juga bahan penolong, sehingga keuntungan yang diterima perusahaan berkurang.

Pada tahun 2016 keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan adalah sebesar Rp. 266,015,533, dengan rata-rata keuntungan perbulan yang diperoleh oleh UD

Rimbaku adalah sebesar Rp. 22.167.961,00. Pada tahun 2017 keuntungan yang diterima oleh perusahaan adalah sebesar Rp.193,969,883, dengan rata-rata keuntungan perbulan sebesar Rp. 16.164.152,00. Margin laba yang diterima oleh perusahaan dalam 1 tahun untuk produk keripik kentang, pada tahun 2016 adalah sebesar 18,40%, dan pada tahun 2017 adalah sebesar 14,67%. Perhitungan terkait pada Tabel 23 dapat dijabarkan sebagai berikut.

Perhitungan Laba-Rugi 2016

1. Harga Pokok Produksi = Total Biaya Produksi Tahun 2016
 = Biaya Bahan Baku + Biaya Tenaga Kerja+ Biaya *Overhead* Pabrik
 = Rp 651.648.000+Rp 244.200.000+Rp 265.879.466
 = Rp. 1.161.727.467
2. Penjualan = (Harga Jual Produk 80gr x Volume Penjualan) +
 (Harga Jual Produk 130gr x Volume Penjualan)
 = (Rp 12.000 x 39.710) + (Rp 17.000 x 57.019)
 = Rp 476.520.000 + Rp 969.323.000
 = Rp 1.445.843.000
3. Laba Kotor = Penjualan – Harga Pokok Produksi
 = Rp 1.445.843.000 - Rp. 1.161.727.467
 = Rp 248.115.533
4. Laba Bersih = Laba Kotor – Biaya Non Produksi
 = Rp 248.115.533 – Rp 18.100.000
 = Rp 266.015.533
5. Margin Laba 2016 = $\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$
 = $\frac{\text{Rp } 266.015.533}{\text{Rp } 1.445.843.000} \times 100\%$
 = 18,40%

Perhitungan Laba-Rugi 2017

1. Harga Pokok Produksi = Total Biaya Produksi Tahun 2017
 = Biaya Bahan Baku + Biaya Tenaga Kerja+ Biaya *Overhead* Pabrik

- $$= \text{Rp } 633.343.500 + \text{Rp } 233.840.000 + \text{Rp } 252.820.666$$
- $$= \text{Rp } 1.120.004.167$$
2. Penjualan
- $$= (\text{Harga Jual Produk 80gr} \times \text{Volume Penjualan}) +$$
- $$(\text{Harga Jual Produk 130gr} \times \text{Volume Penjualan})$$
- $$= (\text{Rp } 12.000 \times 36.324) + (\text{Rp } 17.000 \times 52.158)$$
- $$= \text{Rp } 435.888.000 + \text{Rp } 886.686.000$$
- $$= \text{Rp } 1.322.574.000$$
3. Laba Kotor
- $$= \text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Produksi}$$
- $$= \text{Rp } 1.322.574.000 - \text{Rp } 1.120.004.167$$
- $$= \text{Rp } 202.569.833$$
4. Laba Bersih
- $$= \text{Laba Kotor} - \text{Biaya Non Produksi}$$
- $$= \text{Rp } 202.569.833 - \text{Rp } 8.600.000$$
- $$= \text{Rp } 193.969.833$$
5. Margin Laba 2016
- $$= \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$
- $$= \frac{\text{Rp } 193.969.833}{\text{Rp } 1.322.574.000} \times 100\%$$
- $$= 14,67\%$$

Margin laba yang diketahui di atas merupakan margin yang didapatkan oleh perusahaan untuk produk keripik kentang pada setiap tahunnya. Akan tetapi produk keripik kentang sendiri terbagi menjadi dua kemasan, yaitu kemasan 80gr dan kemasan 130gr. Perhitungan mengenai margin laba pada setiap kemasan produk keripik kentang akan dijabarkan dalam Tabel berikut.

Tabel 27. Margin Laba Setiap Kemasan Tahun 2016-2017

Komponen	2016		2017	
	80gr	130gr	80gr	130gr
Harga Jual	Rp. 12.000	Rp. 17.000	Rp. 12.000	Rp. 17.000
Biaya Perkemasan	Rp. 9.977	Rp. 13.744	Rp. 10.414	Rp. 14.386
Margin Laba (Rp)	Rp. 2.023	Rp. 3.256	Rp. 1.586	Rp. 2.614
Margin Laba (%)	16,86%	19,15%	13,22%	15,38%

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 27 dapat diketahui bahwa margin laba untuk kemasan 80gr pada tahun 2016 adalah sebesar 16,86%, sedangkan pada tahun 2017 margin laba untuk 80gr mengalami penurunan menjadi 13,22%. Pada kemasan 130gr, margin

laba pada tahun 2016 adalah sebesar 19,15%, sedangkan untuk tahun 2017 sebesar 15,38%. Perhitungan terkait margin laba tiap kemasan dapat dilihat pada perhitungan berikut.

1. Kemasan 80gr (2016) $= \frac{\text{Harga Jual Produk} - \text{Biaya Perkemasan}}{\text{Harga Jual Produk}} \times 100\%$
 $= \frac{\text{Rp } 12.000 - \text{Rp } 9.977}{\text{Rp } 12.000} \times 100\%$
 $= 16,86 \%$
2. Kemasan 130gr (2017) $= \frac{\text{Harga Jual Produk} - \text{Biaya Perkemasan}}{\text{Harga Jual Produk}} \times 100\%$
 $= \frac{\text{Rp } 17.000 - \text{Rp } 13.744}{\text{Rp } 17.000} \times 100\%$
 $= 19,15 \%$
3. Kemasan 80gr (2017) $= \frac{\text{Harga Jual Produk} - \text{Biaya Perkemasan}}{\text{Harga Jual Produk}} \times 100\%$
 $= \frac{\text{Rp } 12.000 - \text{Rp } 10.414}{\text{Rp } 12.000} \times 100\%$
 $= 13,22 \%$
4. Kemasan 130gr (2017) $= \frac{\text{Harga Jual Produk} - \text{Biaya Perkemasan}}{\text{Harga Jual Produk}} \times 100\%$
 $= \frac{\text{Rp } 17.000 - \text{Rp } 14.386}{\text{Rp } 17.000} \times 100\%$
 $= 15,38 \%$

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat dilihat bahwa terjadi penurunan margin laba pada tahun 2016 ke 2017. Penurunan margin laba ini dikarenakan kenaikan harga dari bahan baku. Kenaikan dari harga bahan baku sangat berpengaruh besar dalam keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan. Margin laba yang didapatkan pada tahun 2016 dan 2017 masih belum dapat mencapai target margin laba yang diinginkan oleh perusahaan yaitu sebesar 20%.

5.3 Analisis Penerapan *Target Costing*

Penerapan *target costing* dalam perusahaan merupakan salah satu cara yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai target laba yang diinginkan oleh perusahaan. Penggunaan metode biaya standar yang dijabarkan pada bab

sebelumnya belum efektif dikarenakan perusahaan tidak dapat meningkatkan harga jual dari produk keripik kentang, akan tetapi terdapat peningkatan biaya atau fungsionalitas yang dikeluarkan oleh perusahaan. Perhitungan dengan menggunakan metode *target costing* ini bertujuan untuk meminimalkan biaya produksi agar optimal dan sesuai dengan target laba yang diinginkan oleh perusahaan UD Rimbaku. Perhitungan untuk mengetahui besarnya biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan UD Rimbaku yang sesuai dengan target keuntungan yang diinginkan oleh perusahaan sangat penting dilakukan, agar biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat optimal.

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang telah dilakukan pada bab biaya standar diketahui bahwa UD Rimbaku pada tahun 2016 untuk kemasan 80gr memperoleh margin laba sebesar 16,86%, sedangkan untuk kemasan 130gr margin laba yang diterima oleh perusahaan adalah sebesar 19,15%. Pada tahun 2017 margin laba untuk kemasan 80gr adalah sebesar 13,22%, sedangkan untuk kemasan 130gr sebesar 15,38%. Berdasarkan data tersebut margin laba yang diinginkan oleh perusahaan belum tercapai. Margin laba yang diinginkan oleh perusahaan adalah 20% dari setiap kemasan. Berkaca dari target laba yang masih belum tercapai pada 2 tahun terakhir, perlu adanya metode *target costing* sebagai solusi agar target laba yang diinginkan oleh perusahaan dapat tercapai. Penerapan *target costing* yang akan dilakukan melalui empat tahapan, yaitu:

1. Menentukan harga jual produk

Produk yang dilakukan analisis *target costing* adalah produk keripik kentang dengan rasa bawang yang diproduksi oleh UD Rimbaku untuk kemasan 80gr dan 130gr pada tahun 2016 dan 2017. Harga jual produk untuk kemasan 80gr adalah sebesar Rp. 12.000,00 sedangkan untuk kemasan 130gr adalah sebesar Rp. 17.000,00. Harga jual produk keripik kentang pada tahun 2016 dan 2017 tidak mengalami perubahan. Hal ini dikarenakan perusahaan tidak dapat merubah harga sekenakanya, karena akan mempengaruhi penjualan dari perusahaan UD Rimbaku.

Perusahaan UD Rimbaku menentukan harga jual produk keripik kentang tidak hanya disesuaikan dengan keinginan perusahaan sendiri, akan tetapi juga melihat dari harga kompetitor. Apabila perusahaan tidak melihat harga dari kompetitor dan memberikan harga jual produk di atas rata-rata harga dari kompetitor, akan

mempengaruhi penjualan produk keripik kentang UD Rimbaku. Apabila perusahaan meningkatkan harga jual, sedangkan kompetitor tidak menaikkan harga jual, maka kenaikan harga jual dari UD Rimbaku ini juga akan mempengaruhi penjualan dari produk keripik kentang UD Rimbaku sendiri.

2. Menentukan laba yang diinginkan

Perusahaan UD Rimbaku menetapkan target laba yang diinginkan oleh perusahaan adalah sebesar 20% dari harga jual untuk setiap kemasan produk keripik kentang yang diproduksi. Produk keripik kentang dengan kemasan 80gr memiliki harga jual produk sebesar Rp. 12.000,00 sehingga target laba yang diinginkan oleh perusahaan adalah 20% dari Rp. 12.000,00. Pada produk keripik kentang dengan kemasan 130gr, memiliki harga jual produk sebesar Rp. 17.000,00 sehingga target laba yang diinginkan adalah 20% dari Rp. 17.000,00. Target laba yang diinginkan oleh perusahaan tidak berubah dari tahun 2016 dan 2017. Berikut merupakan perhitungan target laba yang diinginkan oleh perusahaan.

$$\begin{aligned}\text{Target Laba Kemasan 80gr} &= \text{Harga Jual Produk} \times \text{Target Laba} \\ &= \text{Rp } 12.000 \times 20\% \\ &= \text{Rp } 2.400 \\ \text{Target Laba Kemasan 130gr} &= \text{Harga Jual Produk} \times \text{Target Laba} \\ &= \text{Rp } 17.000 \times 20\% \\ &= \text{Rp } 3.400\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, target laba yang diinginkan oleh perusahaan pada tahun 2016 dan 2017, untuk kemasan 80gr adalah sebesar Rp. 2.400,00 perkemasan. Target laba yang diinginkan oleh perusahaan untuk kemasan 130gr adalah sebesar Rp. 3.400,00 perkemasan.

3. Menghitung target biaya

Hasil perhitungan dari target laba yang diinginkan oleh perusahaan, dapat digunakan sebagai acuan untuk menghitung target biaya yang ditetapkan oleh perusahaan. Menghitung target biaya dapat dilakukan dengan cara mengurangi harga jual dengan target laba yang diinginkan oleh perusahaan, sehingga didapatkan target biaya yang ditetapkan oleh perusahaan. Berikut merupakan perhitungan target biaya yang diinginkan oleh perusahaan.

$$\text{Target Biaya kemasan 80gr} = \text{Harga Jual} - (20\% \times \text{Harga Jual})$$

$$\begin{aligned}
 &= \text{Rp } 12.000 - (20\% \times \text{Rp } 12.000) \\
 &= \text{Rp } 9.600 \\
 \text{Target Biaya kemasan 130gr} &= \text{Harga Jual} - (20\% \times \text{Harga Jual}) \\
 &= \text{Rp } 17.000 - (20\% \times \text{Rp } 17.000) \\
 &= \text{Rp } 13.600
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa target biaya yang ditetapkan oleh perusahaan untuk kemasan 80gr adalah sebesar Rp. 9.600,00 perkemasan. Target biaya untuk kemasan 130gr adalah sebesar Rp. 13.600,00 perkemasan. Target biaya pada tahun 2016 dan 2017 tidak mengalami perubahan, sehingga perhitungan target biaya yang ditentukan oleh perusahaan hanya satu kali untuk 2 tahun, yaitu tahun 2016 dan 2017.

4. Menghitung total biaya yang efisien

Total biaya yang efisien dapat dihitung dengan cara total penjualan (Rp) dikurangi dengan total target laba yang diinginkan oleh perusahaan (Rp). Berikut merupakan Tabel perhitungan total biaya yang efisien pada tahun 2016 dan 2017.

Tabel 28. Total Biaya Efisien Tahun 2016-2017

Keterangan	Tahun	
	2016	2017
Penjualan	Rp 1,445,843,000	Rp 1,322,574,000
Profit yang diinginkan (20%)	Rp 289,168,600	Rp 264,514,800
Target Total Biaya	Rp. 1,156,674,400	Rp. 1,058,059,200

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Rincian target total biaya yang efisien untuk produksi keripik kentang di atas dapat dilihat dalam perhitungan berikut.

$$\begin{aligned}
 \text{Total biaya (2016)} &= \text{Penjualan selama setahun} - \text{laba yang diharapkan} \\
 &= \text{Rp } 1,445,843,000 - (20\% \times \text{Rp } 1,445,843,000) \\
 &= \text{Rp } 1,156,674,400 \\
 \text{Total biaya (2017)} &= \text{Penjualan selama setahun} - \text{laba yang diharapkan} \\
 &= \text{Rp } 1,322,574,000 - (20\% \times \text{Rp } 1,322,574,000) \\
 &= \text{Rp } 1,058,059,200
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat diketahui total biaya yang efisien pada tahun 2016 adalah sebesar Rp 1,156,674,400. Pada tahun 2017 total biaya yang efisien adalah sebesar Rp 1,058,059,200. Akan tetapi perhitungan di atas merupakan perhitungan total biaya efisien untuk kemasan 80gr dan 130gr. Berikut

merupakan Tabel yang menjelaskan total biaya yang efisien untuk masing-masing kemasan pada tahun 2016 dan 2017.

Tabel 29. Total Biaya Efisien Perkemasan Tahun 2016

Keterangan	Kemasan			
		80gr		130gr
Penjualan	Rp	476,520,000	Rp	969,323,000
Profit yang diinginkan (20%)	Rp	95,304,000	Rp	193,864,600
Target Total Biaya	Rp.	381,216,000	Rp.	775,458,400

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Rincian target total biaya yang efisien untuk tiap kemasan pada tahun 2016 akan dijabarkan dalam perhitungan berikut.

$$\begin{aligned}
 \text{Total biaya kemasan 80gr} &= \text{Penjualan selama setahun} - \text{laba yang diharapkan} \\
 &= \text{Rp } 476,520,000 - (20\% \times \text{Rp } 476,520,000) \\
 &= \text{Rp } 381,216,000
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Total biaya kemasan 130gr} &= \text{Penjualan selama setahun} - \text{laba yang diharapkan} \\
 &= \text{Rp } 969,323,000 - (20\% \times \text{Rp } 969,323,000) \\
 &= \text{Rp } 775,458,400
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas dapat diketahui total biaya yang efisien yang diinginkan oleh perusahaan untuk kemasan 80gr tahun 2016 adalah sebesar Rp 381,216,000. Total biaya efisien yang diinginkan oleh perusahaan untuk kemasan 130gr pada tahun 2016 adalah sebesar Rp 775,458,400.

Tabel 30. Total Biaya Efisien Perkemasan Tahun 2017

Keterangan	Kemasan			
		80gr		130gr
Penjualan	Rp	435,888,000	Rp	886,686,000
Profit yang diinginkan (20%)	Rp	87,177,600	Rp	177,337,200
Target Total Biaya	Rp.	348,710,400	Rp.	709,348,800

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Rincian target total biaya yang efisien untuk tiap kemasan pada tahun 2017 akan dijabarkan dalam perhitungan berikut.

$$\begin{aligned}
 \text{Total biaya kemasan 80gr} &= \text{Penjualan selama setahun} - \text{laba yang diharapkan} \\
 &= \text{Rp } 435,888,000 - (20\% \times \text{Rp } 435,888,000) \\
 &= \text{Rp } 348,710,400
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Total biaya kemasan 130gr} &= \text{Penjualan selama setahun} - \text{laba yang diharapkan} \\
 &= \text{Rp } 886,686,000 - (20\% \times \text{Rp } 886,686,000) \\
 &= \text{Rp } 709,348,800
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas diketahui bahwa total biaya yang efisien untuk kemasan 80gr pada tahun 2017 adalah sebesar Rp 348,710,400. Pada kemasan 130gr target biaya yang efisien adalah sebesar Rp 709,348,800. Berdasarkan perhitungan target total biaya pada tahun 2016 dan 2017 diketahui bahwa target biaya pada tiap tiap kemasan memiliki total yang berbeda pada setiap tahunnya. Hal ini dikarenakan perbedaan total penjualan yang terjadi pada setiap tahunnya.

5.4 Analisis Rekayasa Nilai

Setelah melakukan kegiatan analisis *target costing*, tahap selanjutnya yang dilakukan adalah melakukan analisis rekayasa nilai. Rekayasa nilai merupakan analisis yang dilakukan untuk menekan biaya dengan cara mengurangi biaya yang masih dapat berkurang tanpa mempengaruhi fungsi atau kualitas dari produk yang dihasilkan. Untuk memenuhi *target costing* yang sesuai dengan laba yang diinginkan oleh perusahaan, perlu adanya penelitian untuk mencari alternatif agar biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat sesuai dengan keinginan dari perusahaan UD Rimbaku. Alternatif-alternatif yang didapatkan nantinya akan digunakan sebagai pertimbangan bagi perusahaan dalam rencana produksi produk keripik kentang kedepannya.

Alternatif yang diberikan kepada UD Rimbaku agar target laba yang diinginkan oleh perusahaan dapat tercapai adalah dengan merekayasa kemasan yang dipakai untuk mengemas produk keripik kentang, baik yang ukuran 80gr maupun 130gr. Kemasan yang dipakai untuk mengemas keripik kentang sebanyak 80gr adalah menggunakan plastik PP 100 mikron dengan ukuran 15 x 20 cm. hasil wawancara yang didapatkan dari pemilik perusahaan, menyebutkan bahwa selama ini perusahaan membeli plastik PP 100 mikron dengan ukuran 15 x 20 cm seharga Rp. 550,00. Setelah melakukan pencarian di situs jual beli *online*, biaya untuk kemasan 80gr masih dapat dikurangi. Pada situs jual beli *online* didapatkan plastik PP 100 mikron dengan ukuran 15 x 25 cm memiliki harga Rp. 26.000,00 dengan jumlah plastik sebanyak 100 lembar. Meskipun ukuran plastik yang digunakan sebagai alternatif memiliki ukuran yang berbeda dengan plastik yang biasa digunakan oleh perusahaan, akan tetapi plastik tersebut dapat menampung produk keripik kentang seberat 80gr, dengan harga yang lebih murah dari plastik yang biasa digunakan oleh

perusahaan. Biaya perkemasan untuk alternatif kemasan 80gr adalah sebesar Rp. 260,00.

Alternatif kedua yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai target laba yang diinginkan oleh perusahaan adalah dengan cara merekayasa kemasan 130gr. Kemasan yang dipakai untuk mengemas keripik kentang 130gr adalah plastik PP 100 mikron dengan ukuran 20 x 25 cm. biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk tiap kemasan plastik PP 100 mikron dengan ukuran 20 x 25cm adalah sebesar Rp. 700,00. Setelah mencari alternatif, didapatkan hasil bahwa pada situs toko *online* terdapat alternatif kemasan yang lebih murah dibandingkan dengan kemasan yang biasa dipakai oleh UD Rimbaku, meskipun kemasan alternatif ini memiliki ukuran yang tidak sama dengan ukuran plastik yang biasa digunakan oleh UD Rimbaku. Pada situs toko *online* didapatkan plastik PP 100 mikron dengan ukuran 18 x 30 cm memiliki harga sebesar Rp. 36.600,00 dengan isi plastik sebanyak 100 lembar. Meskipun ukuran plastik berbeda dengan plastik yang biasa digunakan oleh UD Rimbaku, akan tetapi plastik yang digunakan untuk alternatif ini dapat menampung keripik kentang seberat 130gr. Hal ini dapat dibuktikan dengan cara mengukur luas plastik yang digunakan untuk kemasan 130gr biasanya dan dibandingkan dengan luas plastik yang digunakan sebagai alternatif. Plastik kemasan yang biasa dipakai oleh UD Rimbaku memiliki ukuran 20 x 25 cm, yang menunjukkan bahwa luas dari plastik tersebut adalah 500 centimeter persegi. Plastik alternatif yang dapat digunakan memiliki ukuran 18 x 30 cm, yang memperlihatkan bahwa luas plastik sebesar 540 centimeter persegi. Berdasarkan perbandingan tersebut maka plastik alternatif yang direkomendasikan dapat menampung keripik kentang seberat 130gr.

Alternatif berikutnya yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai target laba yang diinginkan oleh perusahaan UD Rimbaku adalah dengan cara merekayasa tenaga kerja langsung yang dimiliki oleh UD Rimbaku. Rekayasa yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan cara mengurangi jumlah karyawan dan memindahkan karyawan di suatu bagian ke bagian yang lain. Pengurangan jumlah karyawan yang bekerja dikarenakan jumlah karyawan yang bekerja di UD rimbaku untuk kegiatan produksi keripik kentang dirasa terlalu banyak, sehingga biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk upah para karyawan setiap harinya

juga tinggi. Selain dikarenakan biaya upah yang tinggi, pengurangan karyawan juga bertujuan agar pekerjaan dari setiap tenaga kerja dapat efektif. Pada saat kegiatan survey di perusahaan, peneliti masih melihat beberapa tenaga kerja yang masih tidak memiliki kegiatan untuk dilakukan. Hal inilah yang mendorong peneliti untuk mengurangi jumlah karyawan yang ada, sehingga kegiatan produksi dapat berjalan dengan efektif. Rekayasa tenaga kerja yang dilakukan adalah dengan mengurangi 2 tenaga kerja pria di bagian pengemasan. Pengurangan tenaga kerja dibagian pengemasan dikarenakan di bagian *packing* tidak terlalu membutuhkan tenaga kerja pria. Selain itu mesin kemas yang dimiliki oleh perusahaan UD Rimbaku hanya sebanyak 2 buah, sehingga 6 orang wanita di bagian *packing* sudah mencukupi, dengan pembagian 2 orang dibagian mesin pengemas dan 4 orang memasukkan kentang kedalam kemasan. Selain mengurangi tenaga kerja pria dibagian kemasan, rekayasa pada tenaga kerja juga mengurangi 1 orang tenaga kerja pria di bagian rendemen dan 1 orang tenaga kerja pria di bagian produksi. Pengurangan tenaga kerja pria dibagian rendemen dikarenakan pada bagian pengecekan rendemen tidak memerlukan banyak tenaga kerja, selain itu pengecekan rendemen dilakukan oleh orang yang teliti, sehingga penggunaan tenaga kerja wanita dan satu orang pria dirasa sudah dapat berjalan dengan baik.

Alternatif selanjutnya yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan cara mengurangi upah karyawan toko dengan melihat dari upah tenaga kerja produksi. Upah karyawan toko setiap bulannya adalah sebesar Rp. 1.250.000,00. Upah yang diterima oleh karyawan toko ini lebih besar dibandingkan dengan tenaga kerja produksi. Pengurangan upah karyawan toko adalah dengan cara mengurangi jam kerja dari karyawan toko. Jam kerja karyawan toko terdiri dari 2 shift yaitu shift 1 dari pukul 08.00-16.00 dan shift 2 dari pukul 12.00-20.00. Pada pukul 12.00-14.00 terjadi penumpukan jumlah karyawan dikarenakan antara shift 1 dan 2 berjalan bersamaan. Hal ini dapat dikurangi menjadi 6 jam kerja dalam 1 hari dengan pembagian shift, untuk shift 1 dari pukul 08.00-14.00, dan shift 2 dari pukul 14.00-20.00. Rekayasa jam kerja ini tidak mempengaruhi jam buka toko yaitu dari pukul 08.00-20.00. Apabila dihitung dari upah tenaga kerja produksi, upah harian tenaga kerja produksi adalah sebesar Rp.40.000,00 dengan jam kerja 8 jam. Dengan melihat hal tersebut maka upah perjam tenaga kerja produksi adalah sebesar Rp.

5000,00. Melihat dari hal tersebut maka karyawan toko seharusnya menerima Rp. 30.000,00 setiap hari dan Rp. 900.000,00 setiap bulan. berkaca dari hal tersebut maka upah karyawan toko sebesar Rp. 1.000.000,00 perbulan dirasa sudah memenuhi.

Alternatif selanjutnya yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah pada bagian pemasaran. Pada bagian pemasaran ini perusahaan masih melakukan pemasaran secara *offline* tanpa menggunakan pemasaran *online*. Meskipun alternatif ini tidak terlalu berpengaruh besar terhadap biaya, akan tetapi modernisasi pemasaran perlu dilakukan, lebih-lebih sudah banyak perusahaan yang melakukan pemasaran *online* untuk produk yang dijualnya. Selain itu dengan pemasaran *online* perusahaan dapat memperluas jaringan pemasaran bahkan mencapai pemasaran untuk seluruh Indonesia. Pengurangan biaya pemasaran *offline* dikarenakan pemasaran *offline* ini sudah dirasa tidak efektif. Hal ini dikarenakan pemasaran *offline* hanya melingkupi wilayah kota Batu dan sekitarnya saja. Padahal, produk UD Rimbaku sudah cukup dikenal oleh masyarakat kota Batu dan sekitarnya. Oleh karena itu, untuk mengenalkan produk UD Rimbaku kepada masyarakat luas, dapat dilakukan dengan pemasaran *online* untuk produk UD Rimbaku. Biaya yang dikeluarkan oleh UD Rimbaku untuk pemasaran *online* adalah dengan membeli paket data internet sebesar Rp. 100.000 setiap bulanya dan Rp. 1.200.000 setiap tahunnya. Biaya pemasaran *offline* yang dirasa kurang efektif dapat dihapuskan biayanya. Data terkait biaya produksi maupun non-produksi yang mengalami rekayasa nilai akan dijelaskan pada Tabel berikut.

Tabel 31. Efisiensi Biaya Setelah Rekayasa Nilai Tahun 2016

No	Jenis Biaya	Biaya Sebelum Rekayasa Nilai	Biaya Setelah Rekayasa Nilai	Efisiensi Biaya
1	Tenaga Kerja Langsung	Rp 244.200.000	Rp 204.600.000	Rp 39.600.000
2	Kemasan (80gr)	Rp 21.840.500	Rp 10.324.600	Rp 11.515.900
3	Kemasan (130gr)	Rp 39.913.300	Rp 20,811,935	Rp 19.101.365
4	Tenaga Kerja Toko	Rp 30.000.000	Rp 24.000.000	Rp 6.000.000
5	Pameran	Rp 2.500.000	-	Rp 2.500.000
6	Kerjasama dengan jasa travel	Rp 12.000.000	-	Rp 12.000.000
7	Paket Internet	-	Rp 1.200.000	-Rp 1.200.000
Total Keseluruhan		Rp 350.453.800	Rp 260.936.535	Rp 89.517.265

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 31 dapat diketahui biaya produksi dan non-produksi yang dapat di efisienkan setelah dilakukannya rekayasa nilai adalah sebesar Rp. 89.517.265,00. Penurunan biaya sebesar Rp. 89.517.265,00 didapatkan dari rekayasa pada bagian-bagian yang telah disebutkan di atas. Rincian perhitungan dari Tabel 28 akan dijabarkan pada perhitungan berikut.

1. Tenaga Kerja Langsung (2016)

a. Sebelum Rekayasa Nilai

$$\begin{aligned}\text{Upah Tenaga Kerja} &= (\text{Jumlah Hari Kerja Pria} \times \text{Jumlah Tenaga Kerja} \\ &\quad \text{Pria} \times \text{Upah Pria}) + (\text{Jumlah Hari Kerja Wanita} \times \\ &\quad \text{Jumlah Tenaga Kerja Wanita} \times \text{Upah Wanita}) \\ &= (165 \text{ hari} \times 8 \text{ orang} \times \text{Rp } 60.000) + (165 \text{ hari} \times 25 \\ &\quad \text{orang} \times \text{Rp } 40.000) \\ &= \text{Rp } 244.200.000\end{aligned}$$

b. Setelah Rekayasa Nilai

$$\begin{aligned}\text{Upah Tenaga Kerja} &= (\text{Jumlah Hari Kerja Pria} \times \text{Jumlah Tenaga Kerja} \\ &\quad \text{Pria} \times \text{Upah Pria}) + (\text{Jumlah Hari Kerja Wanita} \times \\ &\quad \text{Jumlah Tenaga Kerja Wanita} \times \text{Upah Wanita}) \\ &= (165 \text{ hari} \times 4 \text{ orang} \times \text{Rp } 60.000) + (165 \text{ hari} \times 25 \\ &\quad \text{orang} \times \text{Rp } 40.000) \\ &= \text{Rp } 204.600.000\end{aligned}$$

2. Biaya Kemasan (80gr)

a. Sebelum Rekayasa Nilai

$$\begin{aligned}\text{Biaya Plastik Bening} &= \text{Harga Beli} \times \text{Kebutuhan Plastik Bening} \\ &= \text{Rp } 550 \text{ per biji} \times 39.710 \text{ kemasan} \\ &= \text{Rp } 21.840.500\end{aligned}$$

b. Setelah Rekayasa Nilai

$$\begin{aligned}\text{Biaya Plastik Bening} &= \text{Harga Beli} \times \text{Kebutuhan Plastik Bening} \\ &= \text{Rp } 260 \text{ per biji} \times 39.710 \text{ kemasan} \\ &= \text{Rp } 10.324.600\end{aligned}$$

3. Biaya Kemasan (130gr)

a. Sebelum Rekayasa Nilai

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya Plastik Bening} &= \text{Harga Beli} \times \text{Kebutuhan Plastik Bening} \\
 &= \text{Rp } 700 \text{ perlembar} \times 57.019 \text{ lembar} \\
 &= \text{Rp } 39.913.300
 \end{aligned}$$

b. Setelah Rekayasa Nilai

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya Plastik Bening} &= \text{Harga Beli} \times \text{Kebutuhan Plastik Bening} \\
 &= \text{Rp } 365 \text{ perlembar} \times 57.019 \text{ lembar} \\
 &= \text{Rp } 20.811.935
 \end{aligned}$$

4. Upah Tenaga Kerja Toko

a. Sebelum Rekayasa Nilai

$$\begin{aligned}
 \text{Upah Tenaga Kerja Toko} &= \text{Jumlah Bulan Kerja} \times \text{Jumlah Tenaga Kerja} \times \text{Upah} \\
 &= 12 \text{ Bulan} \times 2 \text{ Orang} \times \text{Rp } 1.250.000 \\
 &= \text{Rp } 30.000.000
 \end{aligned}$$

b. Setelah Rekayasa Nilai

$$\begin{aligned}
 \text{Upah Tenaga Kerja Toko} &= \text{Jumlah Bulan Kerja} \times \text{Jumlah Tenaga Kerja} \times \text{Upah} \\
 &= 12 \text{ Bulan} \times 2 \text{ Orang} \times \text{Rp } 1.000.000 \\
 &= \text{Rp } 24.000.000
 \end{aligned}$$

5. Biaya Pemasaran *Offline* (Pameran)

a. Sebelum Rekayasa Nilai

$$\text{Biaya mengikuti pameran} = \text{Rp } 2.500.000$$

b. Setelah Rekayasa Nilai

$$\text{Biaya mengikuti pameran} = \text{Rp } 0$$

6. Biaya Pemasaran *Offline* (Kerjasama Dengan Travel)

a. Sebelum Rekayasa Nilai

$$\text{Biaya Kerjasama} = \text{Rp } 12.000.000$$

b. Setelah Rekayasa Nilai

$$\text{Biaya Kerjasama} = \text{Rp } 0$$

7. Biaya Pemasaran *Online* (Paket Data)

a. Sebelum Rekayasa Nilai

$$\text{Biaya Paket Data} = \text{Rp } 0$$

b. Setelah Rekayasa Nilai

$$\text{Biaya Transportasi} = \text{Rp } 1.200.000$$

Tabel 32. Efisiensi Biaya Setelah Rekayasa Nilai Tahun 2017

No	Jenis Biaya	Biaya Sebelum Rekayasa Nilai	Biaya Setelah Rekayasa Nilai	Efisiensi Biaya
1	Tenaga Kerja Langsung	Rp 233.840.000	Rp 195.920.000	Rp 37.920.000
2	Kemasan (80gr)	Rp 19.978.200	Rp 9.444.240	Rp 10.533.960
3	Kemasan (130gr)	Rp 36.510.600	Rp 19.037.670	Rp 17.472.930
4	Tenaga Kerja Toko	Rp 30.000.000	Rp 24.000.000	Rp 6.000.000
5	Pameran	Rp 2.500.000	-	Rp 2.500.000
6	Expo	Rp 2.500.000	-	Rp 2.500.000
7	Paket Internet	-	Rp 1.200.000	-Rp 1.200.000
Total Keseluruhan		Rp 325.328.800	Rp 249.601.910	Rp 75.726.890

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 32 dapat dilihat bahwa total biaya yang dapat diturunkan oleh perusahaan dengan menggunakan rekayasa nilai adalah sebesar Rp 75.726.890. penekanan biaya terbesar terdapat pada tenaga kerja langsung, yang mengurangi jumlah tenaga kerja pria sebanyak 4 orang, berikut merupakan rincian perhitungan dari Tabel 29.

1. Tenaga Kerja Langsung (2017)

a. Sebelum Rekayasa Nilai

$$\begin{aligned}
 \text{Upah Tenaga Kerja} &= (\text{Jumlah Hari Kerja Pria} \times \text{Jumlah Tenaga Kerja Pria} \times \text{Upah Pria}) + (\text{Jumlah Hari Kerja Wanita} \times \text{Jumlah Tenaga Kerja Wanita} \times \text{Upah Wanita}) \\
 &= (158 \text{ hari} \times 8 \text{ orang} \times \text{Rp } 60.000) + (158 \text{ hari} \times 25 \text{ orang} \times \text{Rp } 40.000) \\
 &= \text{Rp } 233.840.000
 \end{aligned}$$

b. Setelah Rekayasa Nilai

$$\begin{aligned}
 \text{Upah Tenaga Kerja} &= (\text{Jumlah Hari Kerja Pria} \times \text{Jumlah Tenaga Kerja Pria} \times \text{Upah Pria}) + (\text{Jumlah Hari Kerja Wanita} \times \text{Jumlah Tenaga Kerja Wanita} \times \text{Upah Wanita}) \\
 &= (158 \text{ hari} \times 4 \text{ orang} \times \text{Rp } 60.000) + (158 \text{ hari} \times 25 \text{ orang} \times \text{Rp } 40.000) \\
 &= \text{Rp } 195.920.000
 \end{aligned}$$

2. Biaya Kemasan (80gr)

a. Sebelum Rekayasa Nilai

$$\begin{aligned}\text{Biaya Plastik Bening} &= \text{Harga Beli} \times \text{Kebutuhan Plastik Bening} \\ &= \text{Rp } 550 \text{ per biji} \times 36.324 \text{ kemasan} \\ &= \text{Rp } 19.978.200\end{aligned}$$

b. Setelah Rekayasa Nilai

$$\begin{aligned}\text{Biaya Plastik Bening} &= \text{Harga Beli} \times \text{Kebutuhan Plastik Bening} \\ &= \text{Rp } 260 \text{ per biji} \times 36.324 \text{ kemasan} \\ &= \text{Rp } 9.444.240\end{aligned}$$

3. Biaya Kemasan (130gr)

a. Sebelum Rekayasa Nilai

$$\begin{aligned}\text{Biaya Plastik Bening} &= \text{Harga Beli} \times \text{Kebutuhan Plastik Bening} \\ &= \text{Rp } 700 \text{ per lembar} \times 52.158 \text{ lembar} \\ &= \text{Rp } 36.510.600\end{aligned}$$

b. Setelah Rekayasa Nilai

$$\begin{aligned}\text{Biaya Plastik Bening} &= \text{Harga Beli} \times \text{Kebutuhan Plastik Bening} \\ &= \text{Rp } 365 \text{ per lembar} \times 52.158 \text{ lembar} \\ &= \text{Rp } 19.037.670\end{aligned}$$

4. Upah Tenaga Kerja Toko

a. Sebelum Rekayasa Nilai

$$\begin{aligned}\text{Upah Tenaga Kerja Toko} &= \text{Jumlah Bulan Kerja} \times \text{Jumlah Tenaga Kerja} \times \text{Upah} \\ &= 12 \text{ Bulan} \times 2 \text{ Orang} \times \text{Rp } 1.250.000 \\ &= \text{Rp } 30.000.000\end{aligned}$$

b. Setelah Rekayasa Nilai

$$\begin{aligned}\text{Upah Tenaga Kerja Toko} &= \text{Jumlah Bulan Kerja} \times \text{Jumlah Tenaga Kerja} \times \text{Upah} \\ &= 12 \text{ Bulan} \times 2 \text{ Orang} \times \text{Rp } 1.000.000 \\ &= \text{Rp } 24.000.000\end{aligned}$$

5. Biaya Pemasaran *Offline* (Pameran)

a. Sebelum Rekayasa Nilai

$$\text{Biaya mengikuti pameran} = \text{Rp } 2.500.000$$

b. Setelah Rekayasa Nilai

$$\text{Biaya mengikuti pameran} = \text{Rp } 0$$

6. Biaya Pemasaran Offline (Expo)

a. Sebelum Rekayasa Nilai

Biaya Kerjasama = Rp 2.500.000

b. Setelah Rekayasa Nilai

Biaya Kerjasama = Rp 0

7. Biaya Pemasaran *Online* (Paket Data)

a. Sebelum Rekayasa Nilai

Biaya Paket Data = Rp 0

b. Setelah Rekayasa Nilai

Biaya Transportasi = Rp 1.200.000

Berdasarkan perhitungan rekayasa nilai pada tahun 2016 dan 2017, diketahui bahwa biaya yang selama ini digunakan oleh perusahaan masih dapat di tekan untuk meningkatkan keuntungan bagi perusahaan UD Rimbaku. Berikut merupakan Tabel total biaya produksi dan non-produksi setelah dilakukan rekayasa nilai pada tahun 2016 dan 2017.

Tabel 33. Total Biaya Setelah Rekayasa Nilai

Keterangan	Tahun	
	2016	2017
Biaya Bahan Baku Langsung	Rp. 651.648.000,00	Rp. 633.343.500,00
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 204.600.000,00	Rp. 195.920.000,00
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp. 162.062.201,67	Rp. 151.613.776,00
Biaya Non-Produksi	Rp. 72.000.000,00	Rp. 72.000.000,00
Total Biaya	Rp. 1.090.310.201,00	Rp. 1.052.877.276,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 33 dapat diketahui bahwa total biaya setelah penekanan biaya dengan menggunakan rekayasa nilai untuk tahun 2016 adalah sebesar Rp. 1.090.310.201,00. Pada tahun 2017, total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan setelah dilakukan rekayasa nilai adalah sebesar Rp. 1.052.877.276,00. Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan pada tahun 2016 dan 2017 untuk setiap kemasan, baik kemasan 80gr maupun 130gr akan dijabarkan pada Tabel berikut.

Tabel 34. Total Biaya Perkemasan Setelah Rekayasa Nilai 2016

Jenis Biaya	2016	
	80gr	130gr
Biaya Bahan Baku Langsung	Rp. 4.923,00	Rp. 8.000,00
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 2.115,00	Rp. 2.115,00
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp. 1.295,00	Rp. 1.941,00
Biaya Non-Produksi	Rp. 744,00	Rp. 744,00
Total	Rp. 9.077,00	Rp. 12.800,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Tabel 35. Total Biaya Perkemasan Setelah Rekayasa Nilai 2017

Jenis Biaya	2017	
	80gr	130gr
Biaya Bahan Baku Langsung	Rp. 5.231,00	Rp. 8.500,00
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 2.214,00	Rp. 2.214,00
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp. 1.325,00	Rp. 1.983,00
Biaya Non-Produksi	Rp. 814,00	Rp. 814,00
Total	Rp. 9.584,00	Rp. 13.511,00

Berdasarkan Tabel 34 dan Tabel 35 dapat diketahui bahwa total biaya perkemasan setelah dilakukan rekayasa nilai, untuk kemasan 80gr pada tahun 2016 adalah sebesar Rp. 9.077,00, sedangkan pada tahun 2017 adalah sebesar Rp. 9.584,00. Total biaya perkemasan setelah rekayasa nilai untuk kemasan 130gr pada tahun 2016 adalah sebesar Rp. 12.800,00, sedangkan pada tahun 2017 adalah sebesar Rp. 13.511,00. Besarnya margin laba yang diterima oleh perusahaan setelah melakukan rekayasa nilai akan dijabarkan pada Tabel berikut.

Tabel 36. Margin Laba Setelah Rekayasa Nilai

Komponen	2016		2017	
	80gr	130gr	80gr	130gr
Harga Jual	Rp. 12.000	Rp. 17.000	Rp. 12.000	Rp. 17.000
Biaya Perkemasan	Rp. 9.077	Rp. 12.800	Rp. 9.584	Rp. 13.511
Margin Laba (Rp)	Rp. 2.923	Rp. 4.200	Rp. 2.416	Rp. 3.488
Margin Laba (%)	24,35%	24,71%	20,13%	20,52%

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 36 dapat diketahui bahwa margin laba yang didapatkan oleh perusahaan apabila melakukan kegiatan *target costing* akan mendapatkan margin laba lebih dari target laba yang diinginkan oleh perusahaan. Pada tahun 2016 margin laba yang didapatkan oleh perusahaan setelah melakukan rekayasa nilai untuk kemasan 80gr dan 130gr masing-masing adalah sebesar 24,35% dan 24,71%. Pada tahun 2017 margin laba yang didapatkan oleh perusahaan apabila perusahaan melakukan rekayasa nilai untuk kemasan 80gr dan 130gr masing-masing adalah

sebesar 20,13% dan 20,52%. Data tersebut menunjukkan bahwa margin laba yang didapatkan oleh perusahaan jika menggunakan rekayasa nilai lebih besar dibandingkan dengan target laba yang diharapkan oleh perusahaan.

5.5 Perbandingan Analisis *Standard Costing* dan *Target Costing*

Perbandingan hasil dari total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dengan menggunakan metode analisis biaya standar atau dengan menggunakan metode analisis *target costing* memerlukan perbandingan, agar perusahaan dapat mengetahui hasil perbedaan biaya yang didapatkan dari kedua metode tersebut. Perhitungan dengan menggunakan metode *target costing* memiliki hasil biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan menggunakan metode biaya standar. Perbandingan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dengan menggunakan biaya standar atau menggunakan *target costing* akan dijabarkan pada Tabel berikut.

Tabel 37. Perbandingan Biaya antara *Standard Costing* dan *Target Costing*

Jenis Kemasan (Tahun)	Biaya <i>Standard Costing</i> (Rp)	Biaya <i>Target Costing</i> (Rp)	Efisiensi Biaya (Rp)
Kemasan 80gr (2016)	Rp. 396.168.790	Rp. 381.216.000	Rp. 14,952,790
Kemasan 130gr (2016)	Rp. 783.658.677	Rp. 775.458.400	Rp. 8,200,277
Kemasan 80gr (2017)	Rp. 378.260.323	Rp. 348.710.400	Rp. 29,549,923
Kemasan 130gr (2017)	Rp. 750.343.844	Rp. 709.348.800	Rp. 40,995,044

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 37 dapat diketahui bahwa analisis biaya dengan menggunakan metode *target costing* dapat menekan biaya produksi dan non produksi. Penghematan biaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk kemasan 80gr pada tahun 2016 adalah sebesar Rp.14,952,790. Pada kemasan 130gr tahun 2016, biaya produksi dan non produksi yang dapat di hemat sebesar Rp. 8,200,277. Pada tahun 2017 biaya yang dapat dihemat dengan menggunakan metode analisis *target costing* untuk kemasan 80gr adalah sebesar Rp. 29,549,923, dan untuk kemasan 130gr adalah sebesar Rp. 40,995,044. Penghematan biaya dari kegiatan *target costing* ini dapat digunakan oleh perusahaan untuk peningkatan laba yang diterima oleh perusahaan setiap tahunnya. Peningkatan laba ini dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengembangkan usaha dari perusahaan UD Rimbaku.

Perbandingan margin laba yang diterima oleh perusahaan antara penggunaan metode *target costing* dan *standard costing* menunjukkan bahwa penggunaan metode *target costing* memiliki margin laba yang lebih besar dibandingkan dengan metode *standard costing*. Pada penggunaan metode *standard costing* margin laba yang diterima oleh perusahaan pada tahun 2016 untuk kemasan 80gr dan 130gr masing-masing adalah sebesar 16,86% dan 19,15%. Penggunaan metode *target costing* dalam kegiatan produksi keripik kentang di UD Rimbaku pada tahun 2016 dapat meningkatkan margin laba untuk kemasan 80gr menjadi 24,35% dan untuk kemasan 130gr menjadi 24,70%. Pada tahun 2017 penggunaan metode *standard costing* memiliki margin laba pada kemasan 80gr dan 130gr masing-masing adalah sebesar 13,22% dan 15,37%. Pada penggunaan *target costing* margin laba pada kemasan 80gr meningkat menjadi sebesar 20,13% dan kemasan 130gr sebesar 20,51%. Selisih margin laba pada tahun 2016 dan 2017 kurang lebih sebesar 4%. Penurunan margin laba ini dikarenakan adanya peningkatan harga bahan baku kentang dan peningkatan harga minyak. Apabila pada tahun 2018 bahan baku yang digunakan dalam kegiatan produksi keripik kentang meningkat dengan peningkatan yang sama seperti pada tahun 2017, maka dapat disimpulkan penurunan margin laba yang diterima oleh perusahaan juga sekitar 4%.

5.6 Analisis Peningkatan Laba Dengan Peningkatan Penjualan

Target laba yang diinginkan oleh UD Rimbaku dapat tercapai tidak hanya dengan cara menurunkan biaya produksi saja, melainkan juga dapat dilakukan dengan cara peningkatan penjualan. Analisis yang digunakan untuk meningkatkan laba tahunan dengan cara peningkatan penjualan adalah dengan menggunakan pendekatan rata-rata (*Average Approach*). Pada analisis peningkatan laba ini, perusahaan meningkatkan laba atau mencapai target laba yang diinginkan dengan cara memaksimalkan penjualan. Dengan peningkatan penjualan ini perusahaan akan mencapai target laba tahunan yang diinginkan, meskipun margin laba perkemasan yang diterima oleh perusahaan tetap. Berikut merupakan tabel target penjualan yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai target laba yang diinginkan pada tahun 2016 dan 2017.

Tabel. 38 Target Penjualan Tahun 2016 dan 2017 Dengan *Average Approach*

Tahun	Kemasan	Target Laba	Harga Jual	Biaya Produksi	Target Penjualan
2016	80gr	95.304.000,00	12.000,00	9.976,55	47.100 Pcs
	130gr	193.864.600,00	17.000,00	13.743,82	59.538 Pcs
2017	80gr	87.177.600,00	12.000,00	10.413,51	54.950 Pcs
	130gr	177.337.200,00	17.000,00	14.385,98	67.841 Pcs

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan pada Tabel 38 target laba yang diinginkan oleh perusahaan untuk kemasan 80gr pada tahun 2016 adalah sebesar Rp. 95.304.000,00, sedangkan untuk kemasan 130gr adalah sebesar Rp. 193.864.600,00. Target laba yang diinginkan oleh perusahaan pada tahun 2017 untuk kemasan 80gr adalah sebesar Rp. 87.177.600,00, sedangkan untuk kemasan 130gr adalah sebesar Rp. 177.337.200,00. Total target laba yang diinginkan oleh perusahaan pada tahun 2016 dan 2017 didapatkan dari perkalian antara target margin laba yang diinginkan oleh perusahaan, yaitu sebesar 20% dengan penerimaan yang didapatkan oleh perusahaan pada tahun 2016 dan 2017. Berikut merupakan perhitungan target laba yang diinginkan oleh perusahaan pada tahun 2016 dan 2017.

$$\begin{aligned}
 \text{Target Laba 80gr (2016)} &= \text{Margin Laba} \times \text{Total Penerimaan} \\
 &= 20\% \times \text{Rp. 476.520.000,00} \\
 &= \text{Rp 95.304.000,00}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Target Laba 130gr (2016)} &= \text{Margin Laba} \times \text{Total Penerimaan} \\
 &= 20\% \times \text{Rp. 969.323.000,00} \\
 &= \text{Rp 193.864.600,00}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Target Laba 80gr (2017)} &= \text{Margin Laba} \times \text{Total Penerimaan} \\
 &= 20\% \times \text{Rp. 435.888.000,00} \\
 &= \text{Rp 87.177.600,00}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Target Laba 130gr (2017)} &= \text{Margin Laba} \times \text{Total Penerimaan} \\
 &= 20\% \times \text{Rp. 886.686.000,00} \\
 &= \text{Rp 177.337.200,00}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan pada Tabel 38, perusahaan dapat mencapai target laba yang diinginkan pada tahun 2016 ketika perusahaan dapat menjual produk keripik kentang kemasan 80gr sebesar 47.100 kemasan dan untuk kemasan 130gr adalah sebesar 59.538 kemasan. Pada tahun 2017, perusahaan dapat mencapai target laba

yang diinginkan pada saat perusahaan dapat menjual keripik kentang kemasan 80gr sebesar 54.950 kemasan dan untuk kemasan 130gr sebesar 67.841 kemasan. Berikut merupakan perhitungan target penjualan yang harus dijual oleh perusahaan untuk memenuhi target laba yang diinginkan.

$$\begin{aligned}\text{Target Penjualan 80gr (2016)} &= \text{Target Laba} / (\text{Harga} - \text{Biaya}) \\ &= 95.304.000 / (12.000 - 9.976,55) \\ &= 47.099,75 \text{ Pcs}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Target Penjualan 130gr (2016)} &= \text{Target Laba} / (\text{Harga} - \text{Biaya}) \\ &= 193.864.600 / (17.000 - 13.743,82) \\ &= 59.537,37 \text{ Pcs}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Target Penjualan 80gr (2017)} &= \text{Target Laba} / (\text{Harga} - \text{Biaya}) \\ &= 87.177.600 / (12.000 - 10.413,51) \\ &= 54.949,97 \text{ Pcs}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Target Penjualan 130gr (2017)} &= \text{Target Laba} / (\text{Harga} - \text{Biaya}) \\ &= 177.337.200 / (17.000 - 14.385,98) \\ &= 67.840,75 \text{ Pcs}\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, apabila perusahaan ingin mencapai target laba yang diinginkan pada tahun 2018, dengan asumsi target laba yang diinginkan tetap dan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan juga tetap, maka perusahaan harus menjual produk keripik kentang kemasan 80gr sebesar 54.950 kemasan dan untuk kemasan 130gr sebesar 67.841 kemasan. Pencapaian penjualan sesuai dengan target penjualan yang ditentukan maka perusahaan dapat mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan, yaitu sebesar Rp. 264.514.800,00 untuk kedua kemasan dalam satu tahun.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka didapatkan beberapa kesimpulan, antara lain:

1. Analisis biaya yang digunakan oleh UD Rimbaku untuk kegiatan produksinya adalah menggunakan metode *standard costing*. Dalam penggunaan metode *standard costing* ini perusahaan UD Rimbaku tidak dapat mencapai target laba yang diinginkan. Pada perhitungan biaya menggunakan metode *standard costing* biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk kemasan 80gr pada tahun 2016 adalah sebesar Rp. 9.977,00 sedangkan untuk kemasan 130gr sebesar Rp. 13.744,00. Pada tahun 2017 biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk kemasan 80gr adalah sebesar Rp. 10.413,00 dan untuk kemasan 130gr adalah sebesar Rp. 14.386,00. Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk 2 tahun terakhir masih belum efisien, dikarenakan target laba yang diinginkan oleh perusahaan masih belum tercapai.
2. Penggunaan metode *target costing* pada produksi keripik kentang UD Rimbaku dapat menekan biaya produksi dan non-produksi yang mengakibatkan tercapainya target laba yang diinginkan oleh UD Rimbaku. Penggunaan *target costing* dalam penentuan biaya pada perusahaan UD Rimbaku dapat menekan biaya perkemasan untuk kemasan 80gr dan 130gr pada tahun 2016 dan 2017 sebesar Rp. 9.600,00 dan Rp. 13.600,00. Berdasarkan hal tersebut maka penggunaan *target costing* dalam penentuan biaya pada perusahaan UD Rimbaku dapat membuat biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan efisien.
3. Penerapan metode *target costing* mampu mencapai target laba yang diharapkan oleh perusahaan. Hal tersebut terlihat dari hasil perbandingan yang menunjukkan bahwa metode *target costing* menghasilkan biaya yang lebih rendah dan lebih efisien dibandingkan metode *standard costing* karena terdapat selisih total biaya sebesar Rp. 14,952,790 untuk kemasan 80gr pada tahun 2016 dan selisih total biaya sebesar Rp. 8,200,277 untuk kemasan 130gr pada tahun 2016. Pada tahun 2017 selisih total biaya untuk kemasan 80gr dan 130gr adalah sebesar Rp. 29,549,923 dan Rp. 40,995,044. Margin laba yang diinginkan perusahaan sebesar 20% dapat tercapai dengan penerapan metode *target costing*.

karena adanya tahap rekayasa nilai yang membantu perusahaan untuk menekan komponen biaya yang dirasa masih belum efisien.

6.2 Saran

Adapun saran yang diberikan kepada perusahaan adalah sebagai berikut.

1. Pada kegiatan produksi yang dilakukan oleh UD Rimbaku untuk memproduksi keripik kentang, sebaiknya perusahaan mengurangi jumlah tenaga kerja produksi. Hal ini dikarenakan jumlah tenaga kerja yang digunakan untuk kegiatan produksi dirasa terlalu banyak dan tugas bagi setiap karyawan masih belum tertata.
2. Perusahaan sebaiknya mencari alternatif tempat pembelian kemasan yang digunakan untuk mengemas keripik kentang. Hal ini dikarenakan harga yang didapatkan oleh UD Rimbaku untuk kemasan yang biasa digunakan cukup tinggi, sehingga biaya yang dikeluarkan oleh UD Rimbaku juga tinggi.
3. Pada kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh UD Rimbaku, sebaiknya perusahaan mulai menggunakan media pemasaran *online* untuk memasarkan produk dari UD Rimbaku. Hal ini dikarenakan dengan pemasaran *online* pangsa pasar yang di dapatkan oleh perusahaan akan semakin luas. Penggunaan media *online* juga dapat mengenalkan masyarakat luas terkait produk UD Rimbaku. Penggunaan media pemasaran *offline* hanya dapat mengenalkan perusahaan dalam lingkup yang lebih kecil, akan tetapi produk UD Rimbaku sudah dikenal oleh masyarakat Batu dan sekitarnya, sehingga pemasaran *offline* sudah kurang efektif digunakan.
4. Perusahaan sebaiknya mempertimbangkan terkait penggunaan metode *target costing* dengan menggunakan rekayasa nilai agar target laba yang diinginkan oleh perusahaan dapat tercapai. Melakukan rekayasa nilai tidak mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan, sehingga penggunaan metode *target costing* ini layak diperhitungkan oleh UD Rimbaku.
5. Pada tahun 2018 apabila harga bahan baku dalam kegiatan produksi meningkat, sebaiknya perusahaan juga meningkatkan harga jual dari produk keripik kentang. Hal ini dikarenakan apabila pada tahun 2018 harga bahan baku kentang naik Rp. 500,00 /Kg, maka margin laba yang diterima perusahaan akan menurun sekitar 4%, seperti terlihat pada penurunan margin tahun 2016-2017.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti. (2010). *Analisis Penerapan Target costing untuk Pencapaian Target Pricing Sewa Kamar Hotel dalam Meningkatkan Efisiensi dan Memaksimalkan Laba*. STIE Perbanas.
- Arly, R. L., & Sondakh, J. J. (2014). Analisis Varians Dalam Penerapan Biaya Standar Sebagai Alat Pengendalian Biaya Produksi Pada UD Berkat Anugrah Manado. *jurnal EMBA*, 2(3), 570–579.
- Atkinson, A. K., Kaplan, R. S., Matsumuera, E. M., & Young, S. M. P. (2007). *Management Accounting* (5 ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Blocher, E. J., & Stout., C. (2012). *Manajemen Biaya Penekanan Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Bustami, B., & Nurlela. (2010). *Akuntansi Biaya* (dua). Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Carls, W., Reeve, M. J., & Fess, P. E. (2005). *Accounting*. Jakarta: Salemba Empat.
- Carter, W. k. (2009). *Akuntansi Biaya Buku Dua* (14 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Carter, & Usry. (2005). *Akuntansi Biaya* (13 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Clara D. Ambarita, I. (2016). *Pengendalian Biaya Produksi Kripik Kentang Dengan Penerapan Target costing Untuk Mengoptimalkan Laba (Studi Kasus Pada Cv Cita Mandiri Kota Batu, Jawa Timur)*. Universitas Brawijaya.
- Dewi, L. E., & Dkk. (2015). Analisis Pengaruh NIM, BOPO, LDR, dan NPL terhadap Profitabilitas (Studi Kasus Pada Bank Umum Swasta Nasional yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Periode 2009- 2013). *Jurnal Akuntansi program s1*, 3(1).
- Hansen, & Mowen. (2009). *Akuntansi Manajerial Buku satu* (8 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Harahap, & Syafri, S. (2009). *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Khoiri, M. A. (2016). *Pendekatan Target costing Dalam Rangka Meningkatkan Efisiensi Produksi Kopi Bubuk Surya (Studi Kasus Pada UD Surya Mandiri, Desa Ngaesem, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri, Jawa Timur)*. Universitas Brawijaya.
- Krismiaji, & Aryani Anni, Y. (2011). *Akuntansi Manajemen* (kedua). Yogyakarta: UPP STIE YKPN.
- Longdong, F. M. (2016). Penerapan *Target costing* Dalam Perencanaan Biaya Produksi Pada Cv. Sinar Mandiri. *EMBA*, 4(1), 1409–1418.
- Mulyadi. (2012). *Akuntansi Biaya* (kelima). Yogyakarta: UPP STIE YKPN.
- Nurjannah, V. (2016). *Penerapan Analisis Target costing Dalam Upaya Pengendalian Biaya Produksi (Studi Kasus Pada Agroindustri Brem “Taman Sari” Madiun)*. Universitas Brawijaya.

- Prawironegoro, D., & Purwanti, A. (2013). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Rachmawati, A. (2016). *Analisis Penerapan Target costing Dalam Upaya Peningkatan Keuntungan Agroindustri Pandansari (Studi Kasus pada Agroindustri Kecil Pandansari, Desa Pandanrejo, Kota Batu)*. Universitas Brawijaya.
- Rudianto. (2013). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Sagita, D. (2016). *Analisis Efisiensi Biaya Dengan Pendekatan Target costing (Studi Kasus Di Umkm Gudange Tahu Takwa, Jalan Pamenang Dusun Besuk Desa Toyoresmi Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri)*. Universitas Brawijaya.
- Stice, E. K., Stice, J. ., & Skousen, K. F. (2004). *Intermediate Accounting (Akuntansi Intermediate)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sukmaratri, M. (2016). Kajian Faktor Penentu Daya Saing Kota Batu Sebagai Destinasi Wisata. *Tekno Global*, 5(1), 34–39.
- Sulastiningsih, & Zulkifli. (2006). *Akuntansi Biaya dilengkapi dengan Isu-Isu Kontemporer*. Yogyakarta: UPP STIE YKPN.
- Supriyono. (2002). *Akuntansi Biaya: Perencanaan dan Pengendalian Biaya, Serta Pembuatan Keputusan*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Suwardjono. (2008). *Teori Akuntansi: Perekayasaan Pelaporan Keuangan*. Yogyakarta: BPFE.
- Tunggal, A. W. (2001). *Activity Based Costing*. Jakarta: Harvindo.
- Witjaksono, A. (2013). *Akuntansi Biaya (edisi revisi)* (edisi revi). Yogyakarta: Graha ilmu.